الجمهوريـة الجزائريـة الديمقراطيـة الشعبيـ ـة

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة الجزائر

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاقتصاد

فرع تسيير

ملخص

الصناعة الفندقية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية

دراسة حالة فندق الأوراسي

من إعداد الطالب :	ت إشراف الأستاذ
خر خالد	الدكتور : مزعاش علي

نـ ـ ـة ا نـاقشـ ـ ـة

الدكتور بلم بلحسن	رئيسا
الدكتور مزعاش علي	مقررا
الدكتور موهو صا	عضوا
الدكتور ا عيسى	عضوا

السنة ا امعية 2005 – 2006

كلمة شكر و تقدير

إن الإعتـراف بالفضل من شيم النبلاء .من هذا المنطلق لا يسعني إلا أن أتقدم إلى كل من مد لي يد المساعدة، ميسـرا لي بذلك مهمة إنجاز هذا العمل المتواضع.

كما أود في هذا المقام الإعتذار إلى الجميع، كونـي لا أستطيع اختصاص ذكـر أحد باسمه، لشعوري بغمط حقوق الآخـرين.

فشكـري و تقديـري للجميع

مقدمة عامة:

إن الموقـع الجيـو اسـتراتيجي للجزائـر، و شسـاعة مسـاحته المقـدرة بــ 2381741 كلـم^2، و اختلاف مناخها من مناخ البحر الأبيض المتوسط شمالا حيث يقدر شريطها الساحلي 1200 كلم مـن الشرق إلـى الغرب، و منـاخ صـحراوي كـون أربعـة أخمـاس 4/5 مسـاحة الجزائـر صـحراء، و تعاقب الحضـارات علـى الجزائـر جعلت منهـا منطقـة سياحية لمـا تزخـر بـه مـن معامل أثرية وحضرية عبر كافة التراب الوطني. لقد أولت الجزائر اهتمامـا خاصـا بالقطـاع السياحي بعد حصولها على الاستقلال لما له من أهمية اقتصادية و اجتماعية و ثقافيـة، و كـان الانشغال الهـام فـي مجـال التنميـة السياحية علـى صـيانة الأرث السياحي و جمـع المعلومـات المتعلقـة بالتوسـع السـياحي zone d'expansion touristique و بـذلك إنشـاء فـي أوت1962 الـديوان الـوطني الجزائـري للسـياحة ONAT الـذي أسـندت إليـه مهمـة تسـيير الممتلكـات الشـاغرة و تنشيط و ترقيـة المنتـوج السـياحي فـي السـوق الدوليـة ، بدايـة مـن سـنة 1963 تم إنشاء لجنة تسيير الفنادق و المطاعم ، تم إحداث وزارة السياحة.

و اعتبار من سنة 1966 بداية إجراء سياسة سياحية جديدة بصدور ميثاق السياحة الـذي كـان مـن أهدافـه توسـيع الاسـتثمارات السـياحية وضـع نظـام معلومـات فنـدقي و سـياحي وإنشـاء مـديريات ولائيـة للسـياحة و الصـناعات التقليديـة، وبدايـة مـن سـنة 1967 إلـى سـنة 1980 تميزت هذه المرحلة بوضـع المنشـآت السياحية عبـر التـراب الـوطني وفـق مخططـات تنمويـة بداية من المخطط الثلاثي الأول ثم المخطط الرباعي الأول و الثاني، و كان أهم ما جاء في المخططات إنشاء الشركة الوطنية للفندقة و السياحة، إلا أن الاستراتيجيات السياحية المعتمـدة وفق المخططات التنموية المذكورة سابقا لم تحقق الأهداف المسطرة و المنشودة.

و فـي سنة 1980 تعتبر سنة بدايـة الإصـلاحات فـي المجـال السياحي بوضـع تنظيم ذو أهميـة كبرى لإصلاح الاختلالات التي نجمت عن الوضعية المزرية للقطاع السياحي و الفندقي.

إن بدخول الجزائر في المرحلة الانتقالية وصولا إلى اقتصاد الحر، أدى بالضرورة إلى تغيير العقليات و الذهنيات التي تسير القطاع السياحي، و بدخول أكبر الفنادق العالمية للسوق الجزائرية، جعل من الضروري إعادة النظر في السياسة السياحية المتبعة بهدف الوصول إلى منافسة أكبر الشركات العالمية.

إن دراستنا ستذكر في هذا المجال محاولة إظهار، و تحديد السياسات التسييرية الملائمة و الجديرة بترقية القطاع الفندقي بصفة خاصة و القطاع السياحي بصفة عامة.

أهمية الموضوع :

تعتبر السياحة القطاع الأربح الأكثر أهمية بعد الزراعة والصناعة التحويلية للاقتصاد، خاصة في الدول التي تتوفر على مناطق سياحية جذابة، و بتوفرها على فائض من القوى البشرية المدربة و المثقفة، كون العنصر البشري العنصر الحاكم و الممارس للنشاط السياحي فضلا عما تتصف به السياحة من إمكانيات لا نهائية للاستيعاب غير قابل للتشبع لما لوحظ على هذا النوع من النشاط الاقتصادي في تزايد مستمر و إقبال غير محدود من ذوي كل الطبقات الاجتماعية.

و يمثل النشاط الفندقي ركنا أساسيا من أركان النشاط الاقتصادي في كافة بلدان العالم حيث يرتبط النشاط الفندقي بصورة مباشرة بالعديد من الأنشطة الاقتصادية الهامة منها القطاع السياحي، سواء كانت سياحية داخلية أو خارجية، و نشاط تنقلات الأفراد للأغراض المختلفة.

و يعتبر النشاط الفندقي من أهم الأنشطة في القطاع الخدمي باعتبار ما يقدمه الفندق من إقامة و وجبات و غيرها من الخدمات للنزلاء وغيرهم من العملاء، ولذا يتم تصنيف الفنادق ضمن القطاع الخدمي.

انطلاقا من هذا العرض ارتأينا البحث في هذا الموضوع للأسباب التالية:

- قلة الدراسات المتخصصة في المجال الفندقي على مستوى الماجستير و الدكتوراه.
- تمكين المؤسسة الفندقية من التكيف مع اقتصاد السوق و قوى العرض و الطلب.
- منح المؤسسة الفندقية حرية التسيير و اتخاذ القرارات التسييرية دون تدخل الوصاية في تسيير شؤونها الداخلية.
- الاستفادة من المؤسسة الفندقية ذات السمعة العالمية في مجال التسيير، كونها تمتلك خبر واسعة في هذا المجال.
- في ظل عالمية الاقتصاد السوق الحر، أصبح من الضروري امتلاك المؤسسة الفندقية لاستراتيجية تنموية تواجه بها منافسيها لضمان بقاءها.
- خوصصة الفنادق التابعة للدولة، حتى يتسنى لها مواجهة الفنادق المنافسة.

إشكالية و فرضيات البحث

إن السؤال الذي نطرحه والذي سيكون صلب دراستنا هو:

هل حقيقة أن غياب سياسة تسييرية فعالة قي النشاط الفندقي هو السبب الرئيسي لتدني الخدمات الفندقية في الفنادق السياحية الجزائرية مقارنة بالفنادق ذات السمعة العالمية؟ أي هل هناك علاقة مباشرة بنوعية التسيير المطبق في تدني مستوى خدمات الفنادق السياحية ، يدفعنا إلى الخوض في الأسباب و الاختلالات التي أدت إلى الوضعية المأساوية التي تعيشها المؤسسة الفندقية الجزائرية مقارنة بالمؤسسات الفندقية العالمية مثل:

- غياب استراتيجية ترقية فعالة.
- غياب الاستثمارات في المجال الفندقي السياحي بصفة عامة منذ عدة سنوات.
- عدم نجاعة أسلوب التسيير الحالي المطبق.
- المشاكل الإدارية.

- الوضعية الأمنية و تأثيرها على القطاع السياحي و الاقتصاد الوطني.

حيث تعتبر هذه الحالات الفرضيات الأساسية لهذا البحث.

و السؤال الرئيسي هو إلى أي حد يمكن أن تكون هذه الأسباب و الفرضيات قد أثرت على الاختلال التسييري و التنظيمي للمؤسسة الفندقية؟

الدراسات السابقة:

تم التطرق لموضوع الفندقة من قبل العديد من الباحثين خاصة من المذكرة لما لهذا الموضوع عن أهمية اقتصادية و سياحية هامة ونذكرهم على سبيل المثال لا على سبيل الحصر.

- خالد مقابلة التسويق الفندقي مدخل شامل سنة 1998، تطرق إلى السوق الفندقي، و الخدمات الفندقية و دورها في التنمية الاقتصادية.

- اسعد حماد أبو رمان و أبي سعيد الديوة "التسويق السياحي والفندقي سنة 2000" تطرق إلى أهمية الخدمات الفندقية و دورها في تنمية القطاع الفندقي والسياح، مبرزا أطر العمل المفاهيمية الجديدة و كذلك تحليلات جديدة لمعالجة و تسوية مشاكل الخدمات السياحية من خلال توجه شامل نحو السائح و العميل.

- هاشم أحمد عطية " النظام المحاسبي و نظام محاسبة " التعاليق في المنشآت الخدماتية " الفنادق " ، تطرق إلى خصائص المميزة للنشاط الفندقي و مختلف وظائف الفندقة و كيفية تسييرها محاسبيا.

- بن عباس الكحلي"محاسبة الفنادق" سنة 1996 ، تطرق إلى خصائص المميزة للنشاط الفندقي و كيفية محاسبة التكاليف باعتبار أن إدارة الفنادق تعتبر من القطاعات الموسمية لذا فان محاسبة الفنادق لها خصوصيات تختلف عن القطاعات الأخرى.

- فؤاد السيد المليجي سنة 1993 " المحاسبة في الأنشطة السياحية و الفندقية" ، تطرق إلى العلاقة المباشرة بين " الفنادق و السياحة و دورها في التنمية الاقتصادية".

الطريقة المتبعة:

إن الإجابة على السؤال الذي طرحناه، تجرنا بالاستعانة بـ:

- القيام بالعديد من الاتصالات المباشرة مع المسؤولين في القطاع لمعرفة واقع القطاع الفندقي، والآفاق في ظل اقتصاد السوق.
- دراسة تطبيقية لفندق الأوراسي محل الدراسة.
- دراسة أهم مؤشرات التسيير بالإعتماد على الوثائق المحاسبية المتوفرة لدينا.

و بعد القيام بإجراء دراسة حول التسيير الفندقي نستخلص الأسباب الرئيسية لتدني نوعية الخدمات الفندقية في الجزائر، و محاولة الاستفادة من الفنادق العالمية و إعطاء وتيرة جديدة لهذا القطاع الذي يعتبر عند الدول المجاورة مصدر رزق تعتمد عليه هذه الدول للحصول على العملة الصعبة، من حيث تعريفها، تصنيفاتها، تنظيمها وكفاءتها الإنتاجية، بالإضافة إلى العوامل المؤثرة على مردودية الفندق.

الإطار العام للدراسة:

تتقدم الدراسة إلى أربعة أقسام رئيسية، يتناول الفصل الأول نظرة سريعة لمفاهيم التسيير، السياحة و التنمية، و ينقسم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث، يتناول المبحث الأول عموميات

حول التسيير و الخدمات، و يتناول المبحثان الثاني و الثالث إلى مفاهيم حول السياحة و الأهمية الإقتصادية و التنمية السياحية و أثرها.

و خصصنا الفصل الثاني تحليل خدمات التسيير الفندقي، يتناول المبحث الأول الفنادق، مفهومها، أنواعها، أهميتها و ملامحها الأساسية، أما المبحث الثاني فقد خصصناه إلى وظائف الفندق و خصائصه، أما المبحث الثالث فقد خصصناه إلى تحليل الخدمات الفندقية و مميزات هذه الخدمات ، أما الفصل الثالث من هذه الدراسة فقد تناول دور النشاط الفندقي في التنمية ، أما المبحث الثاني فيتطرق إلى التنمية الإقتصادية و الإجتماعية و فيما يخص المبحث الثالث فنتطرق إلى دور الفندق في التنمية الإجتماعية و البيئية و تأثره بالتوجه السياسي للدولة.

و ما يخص الفصل الرابع فقد تناول فيه الجانب التطبيقي لدراستنا و تشخيص الفندق بصدد الدراسة.

هذا و لقد كان الدافع الأساسي لإنجاز هذا العمل هو المساهمة و لو بالجهد القليل في تحديد أسباب تدني مستوى الخدمات في الفنادق الجزائرية مقارنة بالفنادق العالمية عن طريق اقتراح سياسات تسييرية فعالة و مرنة في ظل اقتصاد مفتوح.

المراجع:

1- النظام المحاسبي و نظام محاسبة التكاليف في المنشأة الخدماتية " الفنادق " هاشم أحمد عطية.رقم م/3607 سنة 2000.

2- التسويق الفندقي في مدخل شامل الدكتور خالد مقابله ، أستاذ التسويق الفندقي المساعد رقم 2962 سنة 1998.

3- محاسبة المؤسسات الفندقي، الدكتور محمد نبيل علام، رقم 657 علا/ م.1991.

4- المحاسبة في الأنشطة السياحية و الفندقية، الجانب تعريف السياحة ص/60.

تعريف السياحة للدكتور فؤاد السيد الملاجي كلية التجارة، جامعة الإسكندرية 1993.

تعريف " مجموعة من الظواهر و العلاقات التي تنشأ نتيجة السفر وقلة الشخص الأجنبي إقامة مؤقتة و بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة أو ترتبط بعمل"

يتضح من خلال التعريف ما يلي:

- تنشأ السياحة نتيجة لتنقل الأشخاص و إقامتهم في أماكن مختلفة.
- تتضمن الساحة السفر و الإقامة لها في ذلك الأنشطة المرتبة عنها.
- يكون السفر و الإقامة في غير المكان الذي اعتاد أن يقيم فيه السائح.
- المحاسبة في الأنشطة السياحية و الفندقية مؤسسة شباب الجامعة، دكتور فؤاد السيد المليجي 1993.

إدارة الشراء و التخزين في الفنادق، ماهر عبد العزيز توفيق مدرس إدارة الفنادق والسياحة، جامعة العلوم التطبيقية دار زهران للنسخ و التوزيع.

محاسبة الفنادق الدكتور: يس عباس الكحلي أستاذ إدارة الفنادق جامعة العلوم التطبيقية، جامعة جونسون أندوليز الأمريكية، الاتحاد الأمريكي للإدارة الفنادق ميتشجن.

التسويق السياحي و الفندقي المفاهيم الأسس العلمية ، الدكتور اسعد حماد أبو رهان أستاذ مساعد/قسم إدارة الفنادق جامعة العلوم التطبيقية.

الدكتور أبي سعيد الديوه أستاذ مساعد" قسم إدارة الأعمال جامعة الموصل" الحامد للنشر و التوزيع.

الفصل الأول

مفاهيم عامة حول التسيير و الخدمات

مقدمة الفصل :

أخذ القطاع السياحي في العقود الأخيرة في التطور بشكل سريع، لما لهذا النشاط من أهمية اقتصادية، اجتماعية، ثقافية و فكرية، كونه نشاط إنساني يساعد على التعارف بين المجتمعات و الأفراد، و باعتبار النشاط السياحي نشاط خدمي و ذلك بتوفير مختلف الخدمات السياحية للزوار من أجانب و محليين فإنه يعتمد على موارد بشرية مؤهلة و مدربة للقيام بمهامها على أحسن وجه.

و نظرا لخصوصية الخدمات في القطاع السياحي عن باقي القطاعات الخدمية الأخرى فإن الوظيفة التسييرية تتطلب المرونة في إعداد الخطة و تطبيقها و أن تكون قابلة للتغيير في أي مرحلة من مراحلها باعتبار أن النشاط السياحي يتأثر بالمحيط الذي ينشط فيه و يستلزم من هنا وضع استراتيجية تسييرية مرنة وفق متطلبات الحاصل على الخدمة، و ذلك بدراسة متطلبات الحاصل على الخدمة و ميوله من أجل الأهداف المسطرة، فإن بتنوع المناطق السياحية تختلف نوعية الخدمات السياحية المقدمة من خدمات سياحية ساحلية، خدمات سياحية جبلية، و بتنوع المناطق السياحية يتم تحقيق تنمية متوازنة بين الأقاليم ، و فك عزلة بعض المناطق ، و تساعد على تمركز السكان فيها ، و تنشيط الحركة التجارية بها.

المبحث الأول : مفاهيم عامة حول التسيير و الخدمات

نتطرق في هذا المبحث في مطلبه الأول إلى مفهوم التسيير باعتباره علما قائم بذاته الذي يعتمد على الأسلوب العلمي من أجل حصر المشاكل و إيجاد الحلول التي ينتهجها المسير للوصول إلى تحقيق الأهداف المسطرة، و هو عبارة عن مجموعة من العمليات المترابطة فيما بينها من تخطيط، التنظيم، التوجيه و الرقابة.

أما المطلب الثاني نتناول فيه الخدمات، مفاهيمها الأساسية كونها تحتل مركز الإقتصاد الحديث مع إبراز خصائص الخدمات، مميزاتها و تصنيفاتها.

فيما يخص المطلب الثالث نتطرق إلى دور وظيفة التسيير في الخدمات باعتبار أن وظيفة التسيير تلعب دور فعال في الخدمات لأنه بوجود تسيير محكم و فعال تنتج عنه خدمات.

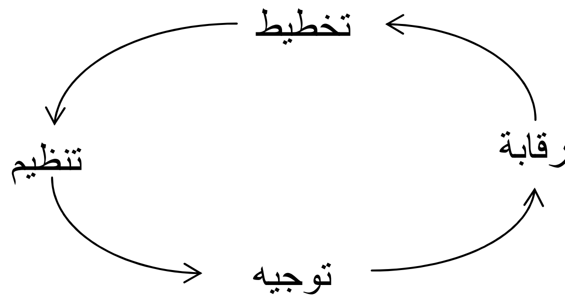
المطلب الأول: مفاهيم نظرية حول التسيير

يعتبر التسيير علما، لأنه يتطلب استخدام الأسلوب العلمي لحل المشاكل، ذلك الأسلوب الذي يقوم على تعريف لمشكلة، تحليلا و دراسة و من تم حصر البدائل أو الطرق الممكن إتباعها و مقارنتها بقصد اختيار أفضل ، و يعتمد الأسلوب العلمي بدوره على الطرق الكمية سواء كانت رياضية أو إحصائية أو كانت تقنيات مستمدة من بحوث العمليات أو التقنيات مالية أو غيرها.

و يمكن تعريف التسيير على أنه" هو تلك المجموعة من العمليات المنسقة و المتكاملة التـي تشـمل أساسـا التخطـيط، التنظـيم، التوجيـه و الرقابـة، و أنـه باختصـار تحديـد الأهداف و تنسيق جهود مهمة المسير."[1]

من خلال التعريف الشامل للتعريف يتضح لنا أن التسيير هو عبارة عن مجموعة من العمليات المترابطة فيما بينها و يمكن تكييف التسيير على انه عملية دائرية مستمرة بين عناصر الأساسية و تبدأ من تحديد الأهداف أي التخطيط وصولا إلى الرقابة التـي تقوم على تحديد و تصحيح الانحرافات التي يتطلب إجراء تعديلات طفيفة أو جذرية على السياسات و الإجراءات و غيرها من الخطط بمعنى أن الرقابة تعود من جديد إلى التخطيط.

و الشكل البياني يبين أن التسيير عملية دائرية مستمرة.



(1) شكل 1 التسيير عملية دائرية مستمرة[2]

[1] د: محمد رفيق الطيب: مدخل للتسيير أساسيات وظائف تقنيات ديوان الوطني للمطبوعات الجامعية سنة الطبع 1995 ص 05.
[2] مدخل للتسيير ، وظائف التقنيات مرجع سابق ص 07.

من خلال الشكل البياني نستنتج أن لتسيير أربعة عناصر أساسية و هي:

1- التخطيط:

التخطيط هو عملية إرساء الأهداف و تحديد الخطوات اللازمة لبلوغها و مرحلة اتخاذ القرارات التسييرية المراد إتباعها و السير عليها، و للخطط أنواع كثيرة و هي:

1-1 **السياسة:**

هي مرشد الفكر و العمل أي أن المقصود منا توجيه أفكار العاملين و أعمالهم في اتجاه معين، و يقصد بالسياسة السبيل الذي تتخذه المؤسسة في توجيه سياستها.

2-1 **الإستراتيجية:**

و هي خطة تتعلق بالتعامل مع الخصم أو المنافس و يمكن أن نشير أيضا إلى برنامج عمل واسع لتعبئة الموارد من اجل بلوغ هدف معين.

3-1**الإجراء:**

خطة تشتمل على خطوات متسلسلة منطقيا و زمنيا، و تتسم هذه الخطة بالليونة و تكون خطوات الإجراء متسلسلة زمنيا بحيث لا يمكن تسبيق إجراء قبل الآخر، و كل إجراء يتصف بالمنطق.

4-1 **القاعدة:**

خطة تتصف بالمرونة، و تتطلب القيام بعمل معين أو الامتناع عنه، فالقاعدة أساس التخطيط، و يتوجب القيام بالأعمال في وقتها المناسب أو الإمتناع عن القيام بها عند الضرورة، حسب المعطيات المتوفرة.

5-1البرنامج:

خليط من السياسات و الإجراءات و القواعد التي تستهدف استعمال الموارد و تسخير المهام، لتنفيذ خطة عمل واسعة النطاق ، و يتصف البرنامج بالليونة بحيث يستطيع المسير أن يغير جزء من البرنامج أو كله في حالة حصول متغيرات طارئة تستلزم عليه التأقلم مع الواقع و تسطير برنامج ملائم.

6-1الموازنة التقديرية:

تعبير عن أهداف متوخاة بطرقة كمية أي بلغة الأرقام، فالموازنة التقديرية هي التنبؤ المستقبلي بلغة الأرقام مع الأخذ بعين الإعتبار المعطيات السابقة و دراسة كافة جوانب السوق.

7-1التنبؤ بالمبيعات:

تقدير لحجم الطلب، نتيجة دراسة المستهلك و خصائص السوق، فالمؤسسة تقوم بدراسة السوق و سلوك المستهلك الذي يسمح لها بالتنبؤ بالمبيعات مع الأخذ بعين الإعتبار ميولهم و رغباتهم في ظل سوق مفتوح.

إن عملية التخطيط تتطلب إجراء دراسة معمقة مع الأخذ بعين الاعتبار كل المعطيات و الظروف المحيطة، و نقصد بالظروف المحيطة السوق الذي تنشط فيه المؤسسة

2- التنظيم:

التنظيم هو عملية تصميم المنشاة أو هيكلها، و تتناول هذه العملية تحديد التقسيمات الإدارية و وضع الخرائط التنظيمية المفصلة و توصيف الأعمال و الأدوار و كذا

بما يحقق الانسجام مع الأفراد و متطلباتهم. كما يتضمن التنظيم وضع هيكل تنظيمي بالأشخاص و يتضمن اختيارهم و تدريبهم و تطويرهم و ترقيتهم.

3- التوجيه:

يتطلب التوجيه التأثير على سلوك الأفراد لضمان تركيز جهودهم و تعبئة طاقتهم حول الهدف المقصود بما يستلزمه هذا من تفهم لطبيعة السلوك الإنساني من حسن القيادة و الاتصال.

4-الرقابة:

هو الوجه الآخر لعملية التخطيط و تتضمن تحديد معايير نموذجية لأداء و تتبع نتائج الأداء الفعلي و قياسها و من تم مقارنة نتائج القياس مع المعايير المرسومة، و تحديد الانحرافات وتتطلب الرقابة تصحيح الانحرافات و تحديد أسبابها و معالجة هذه الأسباب حتى لا تتكرر الانحرافات نفسها في المستقبل.

من خلال العناصر الأساسية المذكورة و المكونة للتسيير نستنتج أن التسيير عملية منتجة يتم بواسطتها الحصول على السلع و الخدمات و غيرها من المنافع ابتداء من الموارد المادية و البشرية المتاحة و بالتالي تحديد و تحقيق الأهداف و تنسيق جهود الأشخاص من اجل بلوغها و انه عملية دائرية مستمرة.

المطلب الثاني: الخدمات مفاهيمها الأساسية

تحتل الخدمة مركز الاقتصاد الحديث كون المنتجين يقومون بالبحث قبل كل شيء في تعظيم المنفعة و تحقيق الحاجيات الخاصة للزبون عكس الاقتصاد الصناعي الذي

يهدف إلى تعظيم المخرجات(out put) كون الاقتصاد الصناعي تكون فيه القيمة محتواة في المنتجات و الموارد المتبادلة. عكس في اقتصاد الخدمات فانه الاستعمال الأمثل و نتائج الأنظمة هي التي تحدد قيمة الخدمات. فالخدمات الفندقية هي خدمات تهدف إلى إرضاء الزبون و هي في الأصل غير ملموسة لكن يمكن معرفة قيمة الخدمات المقدمة مقارنة بعدد الزبائن الوافدين على الفندق و سنتطرق إلى مختلف المفاهيم الأساسية للخدمات و تصنيفاتها.

1- تعريف الخدمة:

تطرق العديد من أهل الاختصاص لإعطاء تعريف شامل للخدمة كون الخدمة تعتبر نشاط يقدمه شخص لشخص آخرو قد عرف KOTLERالخدمة على النحو التالي:

"الخدمة هي أي نشاط أو أداء يمكن لطرف أن يقدم لطرف آخر و من الضروري أن يكون غير ملموس و لا ينتج عنه أي نقل للملكية و إنتاجه قد يرتبط بالمنتج المادي أو لا يرتبط به".[1]

كما عرفت الخدمة على أنها " عبارة عن تعريف بالمنافع التي يقدمها شخص لشخص آخر بالإعتماد على المنافع التي يبحث عنها العملاء "[(2)]

من خلال التعريفين يتضح لنا ما يلي:

[1]KOTLER , DUBOIS Marketing, Management 7eme édition 1992 P511

[(2)] خالد مقابلة : التسويق الفندقي مدخل شامل – دار زهران للنشر و الطباعة – سنة الطبع 1998 ص 100.

– إن الخدمة أداء أو نشاط و ليس شيئا ماديا ملموسا

– تتطلب الخدمة وجود طرفين طرف يقدم الخدمة و طرف آخر يحصل على الخدمة.

– الخدمة غير ملموسة و لا يمكن إدراكها أو الإحساس بها.

– لا ينتج عن أداء الخدمة نقل ملكية لأنها غير ملموسة.

– إنتاج الخدمة قد يصاحب سلعة مادية ملموسة مثل خدمات الفنادق و البنوك و شركات الطيران و غيرها كما عرف HOROVITZ لخدمة على الشكل التالي:" تعتبر الخدمة محصلة التداخل في العلاقات بين العناصر الثلاثة الأساسية لنظام إنتاج الخدمة و المتمثلة في الزبون، الأعوان، الدعم المادي. هذه المحصلة هي التي تكون الريع الذي يمكن من إرضاء الزبون".[1]

من خلال هذا التعريف نلاحظ أن الزبون يعتبر العنصر الأول في إنتاج الخدمة و صنعها و دون حضوره لا معنى للخدمة ومن هنا نستخلص أن الزبون لا يعد مستهلكا للخدمة فحسب بل مشاركته لا تكون فعالة إلا إذا كان الأعوان يتحملون كما ينبغي المهام التي أوكلت لهم.

بالإضافة إلى أهمية العامل البشري فان الدعم المادي يمثل الوسائل المهمة في الخدمة، فالوسط المادي يعتبر مهما علما انه العنصر الوحيد الذي يعتبره ملموسا و الذي يرى من قبل الزبون.

من خلال هذه التعاريف يتضح لنا أن الخدمات هي نشاط يقدمه شخص إلى شخص ما و نستخلص من هذا أن العنصر البشري ركنا رئيسيا لإنتاج الخدمة، فانه لا يوجد شخص يقدم خدمة لا يمكن أن تنتج الخدمة و إذا لم يكن الزبون يريد الحصول على الخدمة لا يمكن تقديمها.

[1]Jaques Horovitz : la quantité du service inter édition 1987 P22

2- تصنيف الخدمات:

تتضمن العروض التي تقدمها المؤسسات شكلية متنوعة من السلع المادية و الخدمات المصاحبة لتلك السلع بالإضافة إلى الخدمات الخالصة التي لا ترتبط بسلع مادية و يمكن تمييز أربعة أنواع من السلع المادية الملموسة و الخدمات غير الملموسة على الشكل التالي:

1-2 منتوج مادي ملموس:

في هذه الحالة يتكون العرض مبدئيا من سلعة مادية ملموسة مثل المنظفات الصناعية، الملابس، معاجين الأسنان و غيرها و لا يصاحب السلعة في هذه الحالة الخدمات.

2-2 منتوج مادي تصاحبه خدمات:

يتضمن العرض السلع المادية المصحوبة بخدمة أو أكثر و ذلك لجلب الزبون للسلعة لذلك لاحظ THEODOR LEWIT انه" كلما كان منتوج معين مقدما تكنولوجيا مثل السيارة جهاز الحاسوب كلما كان بيعه مرتبطا بنوع و وفرة الخدمات المرافقة له (العرض، التصليح، الصيانة، الضمان و كل الخدمات ما بعد البيع...الخ).[1]

3-2 خدمات رئيسية مصحوبة بسلعة ثانوية أو خدمات:

يتكون العرض من خدمة رئيسية يصاحبها خدمات مضافة أو سلع مساعدة على سبيل المثال الخدمات الفندقية تقوم بتوفير المبيت للنزلاء أو الزبائن بالإضافة إلى تقديم خدمات أخرى كالمحلات التجارية، سيارات الأجرة مصارف مطعم...الخ من خدمات ثانوية الهدف من القيام بها هو تلبية كل رغبات النزلاء و تحقيق رغباتهم.كذلك هناك مثال آخر على سبيل المثال لا على سبيل الحصر إن شركات

:[1] Marketing et Management KOTLER DUBOIS 8eme édition 1994 P457

الطيران تبيع خدمات النقل الجوي و تحقق أهدافها بدون رؤية أي شيء ملموس لان الخدمات تتضمن بعض الأشياء الملموسة مثل تذكرة السفر المجلات التي تقدم أثناء الرحلة و كذلك الأطعمة و الأشربة يضاف إلى ذلك أن خدمة النقل بالطيران تتطلب سلعة رئيسية و هي مبنى الطيران و لكن العمل الرئيسي لشركة الطيران في خدمة ذاته يعتبر ضمن الخدمات.

4-2 خدمات خالصة:

يتكون العرض بصفة رئيسية من خدمة لا يصاحبها سلع ملموسة مثل أعمال الطب النفسي و إن كانت تحتاج إلى بعض الأشياء الملموسة البسيطة مثل مكتب الطبيب و مقعد المريض إذا تطلب الأمر.

بالإضافة إلى التصنيفات المذكورة سابقا هناك خصائص أخرى تتميز بها الخدمات و هي:

- الملازمة:

كون لا يمكن فصل الخدمة عن مقدمها أو المنتج كونها ملازمة له و يعتبر مقدمها أو المنتج جزء لا يتجزأ من الخدمة مما يعني إن البيع الشخص هو الأسلوب الأكثر استخداما بالإضافة إلى خاصية التباين حيث يصعب إن لم يكن مستحيلا أن يتم تغيير الخدمات التي يتم تقديمها حيث نجد أن كل خدمة منتجة من وحدات الخدمات تختلف عن باقي الوحدات بشكل نسبي مما يجعل من الصعب وضع معايير ثابتة و اتباعها

في إنتاج الخدمات كذلك يزداد الأمر تعقيدا بسبب عدم القدرة على الحكم على جودة الخدمات قبل الحصول عليها.

و تتصف الخدمات بسرعة التلف و تذبذب معدلات الطلب كون يستحيل تخزين الخدمات لأنها سريعة الفساد كذلك فان أسواقها و معدلات الطلب تتذبذب بين فترة أخرى و هذا ما يتطلب و ما ينطبق على الخدمات السياحية بشكل خاص كونه نظام قد يكون موسمي أو طوال السنة و يصعب تقييم الخدمة بنفس الوتيرة و الجودة و تعتبر الثقة أهم رابط بين البائع للخدمة و المشتري للخدمة على ثقة و إخلاص العميل.

المطلب الثالث: دور وظيفة التسيير في الخدمات

يقصد بوظيفة التسيير التفاعل الحاصل بين العناصر المكونة لها و المتمثلة في التخطيط التنظيم التوجيه و الرقابة فمهما كان التفاعل أقوى و أكثر ارتباطا كلما زادت الأفكار و التصميم و كلما ارتفع أداء التشغيل. و يتمثل المبرر العلمي لوجود التسيير و أجهزته و قدرته على أداء الهدف و المتعلق بخلق المنافع على اختلاف أنواعها بالإضافة إلى المنافع الاقتصادية فان المؤسسة مهما كان طبعها الإنتاجي أو الخدمي هي جهاز المجتمع تخلق للقيام بمساهمات اجتماعية لذا لا بد من النظر على أن التسيير عملية تحويل منتجة للحصول على السلع و الخدمات و ابتداء من الموارد البشرية و المادية المتاحة.

تحتل الخدمات مركز الاقتصاد الحديث و مع التطور التكنولوجي الحاصل أصبحت تولي لها أهمية قصوى كون المنتجين في القطاع الخدمي يبحثون في تعظيم المنفعة و تحقيق الحاجيات.

إن الخدمات هي نشاط يمكن لطرف أو شخص أن يقدم خدمة للطرف الآخر، و هي نشاط غير ملموس و لا يمكن معرفة جودة و قيمة الخدمات قبل إنتاجها كون الخدمات لا يمكن تخزينها و هي سريعة الاستهلاك.

و أن وظيفة التسيير تلعب دور فعال في الخدمات لانه بوجود تسيير محكم و فعال تنتج عنه خدمات في المستوى المطلوب.

من خلال العناصر الأساسية للوظيفة و التنظيم و التوجيه و الرقابة، ففي المرحلة الأولى لعملية التخطيط يتم ضبط الخطوات اللازمة لبلوغها و التي تمر عبر مراحل تبدأ من إدراك الفرصة من خلال التنبؤ و دراسته للظروف و المعطيات و القدرة على فهم الواقع و استيعابه و مرحلة تحديد الأهداف و الذي يتم على مستويات التنظيمية كلها من القمة إلى القاعدة أي ابتداء بمستوى التخطيط الاستراتيجي حتى مستوى التخطيط التشغيلي و تأتى مرحلة تحديد البدائل و التي تتلخص في أهم الطرق المتاحة للوصول إلى الأهداف و صياغتها على ارض الواقع أما المرحلة الثانية فتتمثل في عملية تصميم هيكل تنظيمي يتم من خلال تحديد التقسيمات الإدارية و تقسيم الأدوار و المسؤوليات، أما المرحلة الثالثة فهي عملية توجيه الجهود من اجل بلوغ الأهداف المنشودة و أخيرا مرحلة الرقابة التي تهدف إلى تحديد الانحرافات و تصحيحها و كون الخدمات بطبيعتها مرنة يتطلب وجود تسيير فعال يتأقلم مع كل المتغيرات الحاصلة و لم تعد الخدمات تخص القطاع الخدمي بل تعدت إلى قطاعات أخرى لأن التطور الاقتصادي الحاصل و شدة المنافسة بين المنتجين أعطى للخدمات أهمية بالغة فالمؤسسات الصناعية أصبحت تعتمد على الخدمات بهدف احتكارها السوق و ذلك بتقديم خدمات إضافية بالإضافة إلى السلع المعروضة كالتسهيلات أو الضمان و خدمات ما بعد البيع.

و أصبحت المؤسسات مهما كان نوعها و طبيعة النشاط تعتمد على إستراتيجية تسييرية تهدف من وراءها بلوغ أهدافها بالاعتماد على الخدمات.

فالمؤسسة الصناعية أو الزراعية تنتج سلع بهدف تسويقها و من شدة المنافسة ووفرة العرض على الطلب جعل هذه المؤسسات تتبنى سياسة تسييرية مرنة تعتمد على تقديم خدمات أثناء البيع و خدمات ما بعد البيع.

أما في القطاع الخدمي كونه قطاع ينتج خدمات غير ملموسة و غير قابلة لتقييمها قبل إنتاجها تعتمد على استراتيجية تسييرية مرنة وفق متطلبات الحاصل على الخدمة كما هو الحال في القطاع السياحي أو الفندقي قد تعتمد هذه المؤسسات الخدمية على جودة الخدمات المقدمة بحيث تقدم خدمات رئيسية و خدمات الزبون و كذلك تقديم حوافز و تسهيلات من اجل بلوغ الأهداف المسطرة و لا يتم ذلك إلا بوجود استراتيجية تسييرية فعالة تأخذ بعين الاعتبار متطلبات الزبائن و ميولهم بالإضافة إلى دراسة كل المعطيات المتعلقة بالسوق و المنافسين في ظل اقتصاد حر.

المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول السياحة

تعتبر السياحة نشاط مزدوج الوظيفة فهي من جهة وظيفة استهلاكية (الحاجة) و من جهة ثانية فهي وظيفة إنتاجية و يعتقدون أهل الاختصاص خلال تطرقهم لتعريف السياحة و الذي سنتطرق له وإنما تعتبر بمثابة هجرة مؤقتة، و استهلاك خدمات البيئة الطبيعية و الحضارية أي أنها حاجة يتطلب إشباعها بواسطة أنشطة مختلفة كالترفيه الراحة و النشاطات الثقافية و بالتالي فهي عبارة عن مجموع الأنشطة البشرية التي تتعلق بالسفر و الصناعة تهدف إلى إشباع حاجة السائح.

وتعتبر السياحة حاليا نشاطا يمس مئات الملايين من الأشخاص عبر العالم و أصبحت الدول تعتمد على السياحة كتنمية اقتصادها الوطنية نتيجة لما لها من تأثير على الدخل القومي و التنمية الشاملة.

سنتطرق فيما يلي إلى مختلف التعاريف للسياحة أنواعها و أهميتها الاقتصادية.

المطلب الأول: السياحة و أهميتها الإقتصادية

السياحة بشكل عام تعني عملية انتقال وقتية يقوم بها عدد من السكان الدول فيتركون محل إقامتهم الدائمة منطلقين داخل حدود بلادهم أو خارجها و نتطرق في هذا المطلب إلى تعريف السياحة و أهميتها الإقتصادية

1- تعريف السياحة:

تطرق العديد من الخبراء إلى تعريف السياحة لما لهذا القطاع من حساسية و تأثير على الاقتصاد، حيث يرى لاروس السياحة على أنها" عبارة عن عملية السفر قصد الترفيه عن النفس"[1].

---

[1] مثـ طه ا وري ، ا اعيل مد علي الدباغ مبادئ السفر ة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع سنة 2001 ص 42

و يرى الخبيران HUNZKER ET KRAPF على أن السياحة " مجموعة من علاقات و ظواهر ناتجة عن سفر أو إقامة أشخاص بحيث لا يكون مكان الإقامة الأصلي و الدائم و ليس مكان العمل الأساسي"[1].

كما وضعت المنظمة العالمية للسياحة OMT تعريفا شاملا للسياحة و عرفت السياحة على أنها" كل من يسافر و يتوجه إلى بلد لا يقيم فيه عادة لأغراض مختلفة و ليس لممارسة مهنة مقابل أجر".[2]

و يعرفها آخرون « على أنها اتصال ثقافي و حضاري يساعد على صياغة الشخصية القومية و تقليل المسافات الإجتماعية ، كما أن السياحة تمثل رافدا من روافد الطلب على طاقات و قدرات العمل في فنون الإدارة ، التنظيم ، اللغات ، التشييد ، العمارة ، البناء ، النقل ، التجميل ، الفنون الشعبية ، الصناعات اليدوية و الزخرفة ، العلاقات العامة ، الإتصال ، و الخدمات الإجتماعية، بل أن السياحة تعتبر الآن مؤشرا للنهظة و التقدم[3] ».

و عليه ، و مما سبق ذكره « نرى أن السياحة نشاط إنساني يشمل مجموعة من العلاقات المتبادلة بين السائح الذي يوجد بصفة مؤقتة بمكان ما و بين الأفراد المقمين في هذا المكان، و هذا النشاط الإنساني يتمثل في انتقال الأفراد من مكان إقامتهم إلى مكان آخر لمدة قصيرة نسبيا و تهتم الحكومات بحركة السياحة فتهيء كل ما من شأنه يساعد على راحة السائحين من توفير الفنادق و سائل الإتصال و الإنتقال و إنشاء مناطق سياحية جديدة بتوفير الخدمات بها بغرض تسهيل زيارة السائحين لها»[4]

---

[1] HUNZKER ET KRAPF نقلا عن سعيد عويظة ، اجتماعيات السياحة ، مطابع ذهب اسوان 1990 ص 9

[2] حس كفا : طيط السياحة مصر ا عرفة ا امعية 1987 ص 109

[3] م حجاج، دور وث التسويق تنمية السياحة مصر، نقلا عن مد علي ، البعد البيئي للتنمية السياحية مصر، رسالة ماجست جامعة ء س 1995 ص 19

[4] أ د كمال أنور جلاد الإيكولوجية و التنشيط السياحي مصر ، رسالة دكتوراه ، جامعة ء س ، 1995 ص 66

من خلال هذا التعريف يتضح أن هناك فئتين من الزوار هما:

1-1 السواح:

هم زوار مؤقتون يمكثون على الأقل 24 ساعة في البلد الذي يزورونه و تتلخص دوافع زيارتهم في الترفيه، الراحة، الصحة و قضاء العطل، الدراسة، الرياضة أو من اجل زيارة الأقارب و حضور مؤتمرات و ندوات عملية و ثقافية و سياسية.

1-2 **المتنزهون:** هم زوار لا يتعدى وقت إقامتهم 24 ساعة.

إن تعدد الظروف التي ساهمت في تكوين و اختلاف وظائف السياحة في حياة المجتمع المعاصر أدت بالباحثين في التخصصات العلمية إلى محاولة إيجاد تعريف شامل و كامل للسياحة.

و هناك تعريف على أن السياحة " نشاط إنساني ذات الصلة بالتنقل و الحركة، يقوم به فرد أو مجموعة من الأفراد عن طريق التنقل من مكان إلى آخر لأسباب اجتماعية أو ترفيهية أو قضاء إجازات أو حضور مؤتمرات أو مهرجانات أو للعلاج و الاستشفاء و ليس بغرض العمل أو الكسب أو الإقامة الدائمة و بهذا لا تدخل في عداد السياحة قوات الاحتلال العسكري أو الهجرة من بلد إلى آخر أو حتى العمل المؤقت أو أعضاء السلك الدبلوماسي".[1]

و من خلال كل التعاريف السابقة نستنتج أن السياحة نشاط إنساني يشمل مجموعة من العلاقات المتبادلة بين السائح الذي يوجد بصفة مؤقتة في مكان ما و بين الأفراد المقيمين في هذا المكان و هذا النشاط الإنساني يتمثل في انتقال الأفراد من مكان إقامتهم إلى مكان آخر و لمدة قصيرة نسبيا قضاء مدة من الزمن للأغراض خاصة

---

(1) يوسف ويصا ة خاطفة عن السياحة تار ها تطورها ، لة البحوث السياحية للقاهرة سنة الطبع 1994 ص 08

كالاستمتاع بالمناطق السياحية أو الحضارية أو الثقافية أو أغراض علاجية وقد تكون السياحة داخلية أو خارجية و قد أولت الحكومات أهمية لحركة السياحة فتهيأ كل ما من شانه أن يساعد على راحة السائحين من توفير الفنادق و وسائل النقل و إنشاء مناطق سياحية و توفير كل أسباب الراحة بتقديم كل الخدمات الرئيسية و الخدمات الثانوية بغرض تسهيل زيارة السائحين و مثال ذلك في موسم الحج تقوم السلطات في المملكة العربية السعودية بتقديم كل التسهيلات خلال موسم الحج للحجاج و تسهر على راحتهم.

من خلال هذا الطرح يتضح لنا الأهمية الاقتصادية للسياحة و ما تلعبه في المجال الاقتصادي و الاجتماعي.

2- الأهمية الاقتصادية للسياحة:

لقد اختلف الاقتصاديون في تحديد الأهمية الاقتصادية للسياحة أو دور السياحة في التنمية الاقتصادية كون القطاع السياحي يرتبط بعدة قطاعات اقتصادية أخرى و تساهم في نمو الحضارات حول العالم من خلال ترويج التبادل بين الحضارات و الثقافات المختلفة و الارتقاء بالتفاهم و التجانس بين الأفراد و الجماعات في المناطق و البقاع المختلفة إضافة لذلك فان السياحة تساهم في تنمية الصادرات غير مرئية Invisible exports و هكذا تعتبر مصدرا رئيسيا هاما للحصول على العملة الصعبة و تشغيل أعداد كبيرة من الأفراد.

نظرا لأهمية السياحة في تحقيق الأهداف الاقتصادية فان السياسات العامة في الدول أصبحت تتجه إيجابا نحو استقطاب السياح من خلال تقديم الحوافز و التسهيلات التي من شانها تشجيع و إنشاء مشاريع سياحية تساهم في تنشيط الحركة الاقتصادية للدول

على غرار الدول المجاورة للجزائر كتونس و مصر و المغرب التي تولي للقطاع السياحي أولوية لما له من نتائج إيجابية على اقتصادياتها و تحقيق تنمية شاملة.

و للقطاع السياحي دور كبير في التنمية الاقتصادية كونه يؤدي إلى:

- **زيادة في الناتج القومي**:

" الزيادة الحقيقية تعني الزيادة في كمية السلع و الخدمات المنتجة خلال فترة زمنية معينة أما تلك الزيادة الناتجة عن زيادة الأسعار فهي نقدية أو ظاهرية"[1]

- استمرار الزيادة لفترة طويلة لا يمكن التسليم بان الزيادة العارضة في الناتج الوطني تعتبر تنمية حيث انه من الضروري أن تستمر لفترة طويلة من الزمن و نظرا لكون القطاع السياحي يتأثر بالمحيط الذي يدور حوله.
- تحقيق إيرادات بالعملة الصعبة تساهم في رفع من المستوى المعيشي للفرد.

من خلال هذا يتضح لنا مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية حيث أن أهميتها تنبع من كونها نشاطا اقتصاديا متجددا لا ينتهي طالما تمت المحافظة على البيئة بمعناه الواسع. فهي كما سبقنا ذكره تعمل على زيادة الدخل الوطني الخام و لكونها ذات علاقات متشابكة مع القطاعات الاقتصادية الأخرى فهي تساعد على دفع عملية التنمية بشكل أيسر و تخلق فرص عمل أكثر و بتكلفة اقل كما يمكن أن تحدث توازنا بين مختلف مناطق الوطن. و لها تأثيرات على قطاعات اقتصادية أخرى كالنقل الزراعة الصناعات الغذائية...الخ.

[1] أبو زيد اقتصاديات التنمية و التخطيط مكتبة عبد الدا الإ اعيلية 1994 ص 153

و للسياحة أهمية اجتماعية كونها نشاط يخلق عدد كبير من فرص العمل حيث يرى بعض الاقتصاديين أن السياحة تخلق نوعين من فرص العمل.

1- **النوع الأول:**

العمالة المباشرة: هي تلك التي تعمل مباشرة في الأنشطة السياحية كما هو الحال في القطاع الفندقي فان أي فندق يقدم خدمات للنزلاء أو العملاء يتطلب توفر يد عاملة مؤهلة تسهر على تلبية رغبات هؤلاء الزبائن أضف إلى ذلك المطاعم و الرحلات السياحية و النقل و المكاتب السياحية أي تلك الوظائف التي تشرف على سهر السائح و أقامته و راحته...الخ.

2- **النوع الثاني** :

العمالة الغير مباشرة: هي تلك التي تعمل في الأنشطة المختلفة التي تخدم النشاط السياحي مثل الصناعات التقليدية و الحرفية و مختلف القطاعات الأخرى.

كما انه بفضل القطاع السياحي يؤدي إلى زيادة الإيرادات العامة للدولة و تخفيض عجز ميزان المدفوعات فيما يخص زيادة الإيرادات العامة للدولة و ذلك من خلال الرسوم و الضرائب المتنوعة التي تفرضها الحكومة على الأنشطة السياحية و ما يتصل بها مثل ضرائب الدخل على المنشآت السياحية و على العاملين في قطاع السياحة و الضرائب المحلية و الرسوم الجمركية على السلع و المعدات و رسوم العبور...الخ.

أما فيما يخص عجز ميزان المدفوعات حيث تعتبر المداخيل أو الإيرادات السياحية من الصادرات غير المنظورة و الإيرادات السياحية تعني كل ما ينفقه السائح داخل الدولة المضيفة مثل ما ينفقه على الإقامة بالفندق و على وسائل المواصلات المختلفة و مختلف المصاريف الأخرى و الرسوم التي يتحملها مقابل زيارة بعض الأماكن الأثرية أو الثقافية و الترفيهية...الخ.

من خلال هذا يتضح لنا الأهمية الاقتصادية للسياحة و الدور الإيجابي في رقي اقتصاديات الدول، هذا ما جعل كل دول العالم تستثمر بشكل واسع في القطاع السياحي أو إعطاء ضمانات و تسهيلات للمستثمرين الخواص قصد إنشاء مشاريع سياحية عبر مختلف أنحاء الوطن كما هو الحال في الجزائر التي تسعى جاهدة لترقية القطاع السياحي لما تزخر به من مناطق سياحية سواء في الشمال أو الجنوب.

المطلب الثاني:الأنواع الرئيسية للسياحة

هناك عدة أنواع للسياحة، فتختلف الأنواع أو الأنماط السياحية عند المختصين و سنتطرق إلى مختلف الأنواع السياحية و نركز على التصنيف الأكثر تفصيلا كون الأنماط السياحية هي نتيجة التي يقصدها السائح من وراء رحلته و هذه الأغراض تمثل العامل المعنوي و لذلك فهي جزء لا ينفصل عن البواعث التي تدفع السائح إلى القيام برحلته و تنبثق عنه طائفة من الرغبات و المواقف العقلية الإنسانية الشديدة و نركز على أساسين رئيسين:

قبل التطرق إلى أنماط السياحة هناك دراسات مركزة التي عينت بتصنيف هاته الأنماط التي وضعها « جونشا ليب ليبيرال» بوزارة السياحة الإسبانية عن « المواقع السياحية، تنمية الإمكانيات السياحية للموافع و الأنماط و تصنيفها و تشريعها و تجهيزها و استثمارها»[1]

- **1- الأساس الأول:** وفقا للغرض من العرض السياحي، و ينقسم هذا الأساس إلى عدة أنواع من السياحة و يأخذ بعين الإعتبار الهدف الذي يريد أن يتحصل عليه السائح من وراء ذلك و أهم الأنواع هي :

1-1 سياحة الاستجمام:

و تشمل مجموع السياح الذين يرغبون التوفيق بين الانتقال من موطنهم مع الاسترخاء الجسدي و الذهني و في بعض الأحيان إلتماس العلاج أو التخفيف من آلام جسدية بالتوجه إلى المناطق العلاجية.

2-1 السياحة الثقافية:

و تشمل الرحلات التي تحدو إليها الرغبة في أن يرى السائح بنفسه أشياء جديدة و في أن يتثقف عن طريق زيارة بلاد أجنبية و دراسة شعوبها و الخصائص التي تتميز بها هذه الشعوب عن غيرها. و يمكن أن تشمل السياحة الثقافية المناسبات الفنية و المهرجانات التي تقام في دولة ما.

3-1 سياحة الاتصالات الاجتماعية:

و هي سياحة الرحلات التي يقصد منها زيارة الأصدقاء أو المعارف و رحلات اشهر العسل التي يقوم بها الأزواج كما أنها تشمل أيضا الرحلات التي

[1] مبادئ السفر و السياحة ، مرجع سابق ، ص 67

تتم بمجرد تحقيق أغراض اجتماعية مظهرية أو ابتغاء التميز الاجتماعي للسائح في بيئته.

4-1 السياحة الرياضية:

كل أنواع الرياضات كرياضة تسلق الجبال أو صيد الأسماك أو مزاولة الرياضة البحرية و رياضات الشتاء بالإضافة إلى التربصات التي تقوم بها مختلف الفرق الرياضية بهدف التحضير للموسم الرياضي. كما يشمل هذا النوع من السياحة الأشخاص الذين يسافرون لمشاهدة المباريات الدولية، و تولي الدول أهمية في تشجيع هذا النوع من السياحة الرياضية بحيث يتعين عليها دراسة الأنماط الرياضية التي تناسب مناطقها السياحية.

5-1 - السياحة السياسية:

للاشتراك في المناسبات أو الأحداث السياحية كالمؤتمرات الدولية أو الجهوية تتيح بما يصاحبها من تسهيلات و مهرجانات و احتفالات فرصة مغرية على السياحة و أصبحت سياحة المؤتمرات في الوقت الراهن من أهم التيارات السياحية الدولية حيث تعتبر المؤتمرات بصفة عامة من المصادر الهامة للداخل في القطاع السياحي لما تحققه من عائد اقتصادي كبير و ذلك للسمات التي يتميز بها سائحون هذا النوع (رجال الأعمال) من حيث متوسط الإنفاق اليومي لهم.

6-1 السياحة بغرض العمل:

هذا التصنيف يهم شركات السياحة عندما تكون في مرحلة ركود، أن تصمم برامج للعمال الموجودين في المناطق التي تمر بحالات رواج.

7-1 السياحة بغرض الصحة و العلاج:

تعرف السياحة العلاجية بأنها انتقال الشخص من بلده الأصلي إلى بلد آخر بهدف الاستفادة من العناصر أو القيم العلاجية الطبيعية الموجودة في ذات البلد و للسياحة العلاجية مزايا متعددة حيث إن السائح الذي يأتي إلى العلاج أو النقاهة يقضي فترة لا تقل عن الشهرين و من تم فان تلك الإقامة الطويلة نسبيا تعتبر مكسبا يحقق المزيد من العملة الصعبة، كما أن المناطق السياحية التي تتوفر على محطات علاجية بالمياه المعدنية تجلب إليها عدد معتبر من المرضى و السواح. و لهذا تقوم الدول على غرار الجزائر بإنشاء مركبات سياحية تابعة للدولة أو خاصة تهدف إلى تقديم كل وسائل الراحة و الخدمات لزبائنها فالحمامات مثل حمام بوحجر، حمام بوحنيفية و حمامات معدنية متواجدة عبر مختلف مناطق الوطن.

8-1 السياحة بغرض التدريب و التعلم:

و تعد أحد أنواع السياحة الأكثر نشاطا في الوقت الحالي حيث تقوم به كثير من الدول حيث تقوم جامعتها و معاهدها و مراكز تكوينها في مختلف

المجالات بإقامة دورات و ملتقيات و فترات تكوينية مما يعد مصدر جذب لعدد كبير من السواح لغرض التعلم و التدريب.
و من تم تقوم شركات السياحة بتنظيم بعض برامجها للحصول على درجات علمية و تكوينية في شتى المجالات العلمية.

2- **الأساس الثاني:**

تقسيم البرامج السياحية وفقا للمدة التي يستغرقها البرنامج السياحي، و يمكن تقسيم البرنامج إلى أربعة أنواع رئيسية و هي:

1-2 سياحة تستغرق عدة أيام:

هذا النوع من السياحة مستمر و دوري كزيارة المدن الكبرى الشاطئية أو التاريخية لزيارة معالمها المختلفة و هنا تلعب وكالة السفر و السياحة دور فعلي في هذا النوع من السياحة بتنظيم رحلات سياحية إلى مختلف بقاع العالم كالمدن التاريخية، اليونان، مصر، باريس...الخ. كما تبرمج نوع آخر من السياحة الدينية بإقامة رحلات عمرة للبقاع المقدسة.

2-2 السياحة الموسمية:

و ترتبط بموسم سياحي معين و لا يتم في غيره و إن كان يحمل صفة الدورية، فتكرار الموسم كل سنة مثل برامج السياحية الصيفية في الشواطئ و كذلك السياحة الشتوية بالمرتفعات للتزحلق على الثلج.

3-2 السياحة العابرة:

هـذا النـوع مـن السـياحة يقـوم بـه سـائح دون تخطـيط مسـبق مثـل ركـاب العبـور (Transit) برحلة سياحية أثناء عبورهم لدولة ما أو انتظارهم الحصول على رخص الدخول أو وصول وسيلة النقل التي سوف تنقلهم إلى الأماكن التي يريدونها.

4-2 السياحة شبه المقيمة:

و تشمل الأجانب المقيمين بالبلاد لأغراض التعليم، التكوين و ممارسة العمل، التمثيل التجاري، معارض البيع...الخ حيث تقوم ترقية السياحة بإعداد برامج سياحية لهؤلاء قصد زيارة معالم الدولة التي يقيمون بها و التكيف مع شعبها.

و هذه ابرز أنواع و أشكال السياحة و الشكل البياني يمثل أهم الأنواع السياحية



الشكل 1 أنواع السياحة[1]

[1] ىسن ا ىض ي ، التسويق السياحي نقلا عن رسالة ماجيست ، كر قاسم ، التسويق السياحي ا ىزائر.ص 22

المطلب الثالث: الخدمات السياحية

يعتبر النشاط السياحي نشاط خدمي يعتمد بكثافة على العنصر البشري عكس القطاعات الاقتصادية الأخرى التي عرفت تطور تكنولوجي بحيث أصبحت تعتمد على المكننة في إنتاجها، و يؤدي العنصر البشري في النشاط السياحي دور الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها القطاع في تحقيق أهدافه و بما أن المنتوج السياحي معقد و مركب تتعدد وجهات الإنتاج فيه فالمعروف عن السياحة أنها صناعة تحتوي إلى العديد من التجهيزات و الخدمات المختلفة و أن القطاع السياحي لوحده لا يستطيع أن يصنع هذا المنتوج الواسع و أن هناك العديد من القطاعات الاقتصادية التي تساهم بشكل مباشر و غير مباشر برفد السياحة بمستلزمات الإنتاج و بالتالي فالقطاع السياحي كثيف التشابك القطاعي و يرتبط بالعديد من القطاعات الأخرى و هذا يعني أن إمكانية السياحة على توليد فرص العمل تتفوق حدود القطاع السياحي و تمت لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهز السياحة بمستلزمات الإنتاج.

إن الخدمات تعتبر مركز الاقتصاد الحديث كون المنتجين يقومون بالبحث قبل كل شيء، في تعظيم المنفعة و تحقيق الحاجيات الخاصة للعميل و بما أن الخدمات غير ملموسة و لا يمكن معرفة جودة و قيمة الخدمة قبل تقديمها و لكنها تساهم بشكل فعال في ترقية النشاط السياحي بالاعتماد على يد عاملة مؤهلة و مدربة بغرض زيادة كفاءتهم و إلمامهم بالعمل و تطوير مهاراتهم و ترقيتهم لكي يقوموا بأعمالهم على أفضل وجه و بأقل جهد و تكلفة ممكنة و ذلك باستخدام أهم الطرق التعليم و التدريب أثناء العمل و التعليم و التدريب بواسطة المحاضرات و الندوات ، كون أن الخدمات تحتاج إلى قدرات و التدريب و المهارة أضف إلى ذلك أن الواقع التطبيقي يؤكد أهمية المهارات الإنسانية في تعظيم الخدمة السياحية على سبيل المثال في الصناعة الفندقية يستوجب موارد بشرية مؤهلة من إداريين، فنيين، و عمال بهدف التسيير

الأمثـل للفنـدق إذ أن تنميـة مهـارات التعامـل مـع النـاس سـواء أكـانوا رؤسـاء أو مرؤوسين أو ضيوف تعتبر من العوامل المساعدة لنجاح العمل داخل الفندق سواء على مستوى الإدارة العليا أو على مستوى الإدارة الصغرى من رؤساء الأقسام أو على مستوى الإدارة المباشرة، و تختلف الخدمات السياحية من حيث الأهمية بالنسبة للمتحصل على الخدمة فمنها خدمات رئيسية أو أساسية و خدمات ثانوية أو جانبية بالنسبة للخدمات الرئيسية هي السبب الرئيسي الذي أدى بالزبون إلى التوجه إلى المؤسسة الخدماتية لإرضاء حاجته الرئيسية فمثلا السائح الذي يذهب إلى المحطات المعدنية لغرض العلاج أو الإقامة في الفندق لقضاء ليلة ممتعة تعتبر هذه الخدمات رئيسية تقدم للسائح أو الزبون بهدف إرضاءه و تلبية رغباته أما فيما يخص الخدمات الثانوية فهي تلك الخدمات المساعدة للخدمة الرئيسية و دورها يتمحور حول تسهيل العملية للوصول إلى الخدمة الرئيسية و زيادة قيمتها.

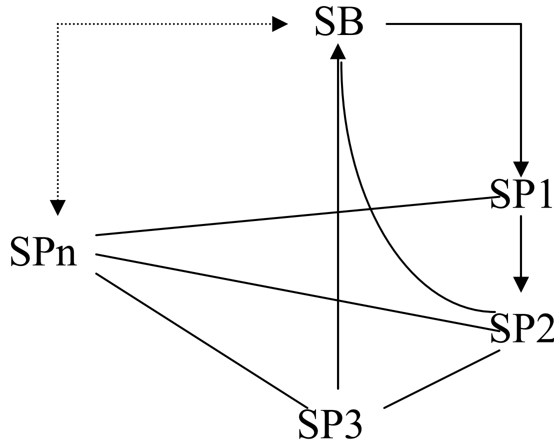
مثال1:

على الخط الجزائر- باريس تتمثل الخدمة الأساسية بالزبون للتنقل من مطار هواري بومدين إلى المطار " اورلي الدولي" أما الخدمات الجانبية فتتمثل في نظام حجز، التسجيل و وضع الأمتعة و الوجبة المتناولة.

مثال2:

الفنادق تقدم خدمات رئيسية متمثلة في المبيت للزبون و القيام بجميع الخدمات التي تسعى إلى إرضائه كما يقدم خدمات ثانوية من محلات، مصارف و خدمات أخرى مكملة للخدمة التي انشأ من اجلها الفندق.

و يمكن توضيح ذلك من الشكل البياني



SB الخدمة الأساسية

SP الخدمات الجانبية من 1 ... ن

شكل 1، الخدمات الأساسية و الجانبية[1]

هذه المفاهيم تسمح بمعرفة جميع المعلومات الخاصة بالعرض و الطلب حيث تساعد على تحديد سياسة حقيقية للخدمة و تكييف العرض مع مختلف أجزاء السوق المستهلك و ميول الزبائن و ذلك باختيار أحسن استراتيجية تسييرية بهدف تحسين للخدمات و ترقيتها.

[1] pierre eglier , eric , langeard , le marketing des services , Mc Graw hill – 3eme tirage Paris 1991 P-83

المبحث الثالث: التنمية السياحية و أثرها.

سنتطرق في هذا المبحث إلى التنمية السياحية و أثرها و ذلك بالتطرق إلى مفهوم التنمية السياحية مع إبراز خصائص و العوامل المختلفة التي تحدد التنمية ، كما نتطرق إلى محددات التنمية السياحية من الموقع الجغرافي ، توفير التسهيلات السياحية ، حوافز المشروعات السياحية بالإضافة إلى محددات أخرى نتطرق إليها.

و أخيرا نستعرض في المطلب الأخير من هذا المبحث آثار التنمية السياحية على الإقتصاد الوطني و ذلك بإبراز الآثار الإقتصادية ، الثقافية ، الإجتماعية ، السياسية و البيئية .

المطلب الأول : مفهوم التنمية السياحية

يقصد بالتنمية السياحية عملية يتم بموجبها تطوير القطاع السياحي على وجه العموم فهي تمثل الزيادة و التحسن اللذان يطرآن على أحد جوانب الحياة، فقد تكون الزيادة في الجانب الاقتصادي أو الاجتماعي فمن الناحية الاقتصادية فإن مفهوم التنمية الاقتصادية هو تحقيق الزيادة في حجم الناتج الوطني.

و التعريف الذي نراه الأكثر شمولا و الأكثر تحديدا هو أن " التنمية الاقتصادية عملية يتم بموجبها زيادة حقيقة في الناتج الوطني للمجتمع".[1]

[1] د. صـ ي أبو زياد اقتصاديات التنمية و التخطيط مكتبة عبد الدا الإ اعيلية 1993 ص 153.

من هذا التعريف يمكننا استخراج ما يلي:

1- عملية التنمية بأنها "عملية" لأنها تعني التفاعل بين عوامل الإنتاج المختلفة ستؤدي في النهاية إلى إحداث تغيرات تغيرات في حجم وصفات و خصائص هذه العوامل ذاتها أو هذه العوامل يمكن تقسيمها إلى نوعين:

- مجموعة عوامل الطلب على السلع و الخدمات.
- مجموعة عوامل العرض للسلع و الخدمات.

2- زيادة حقيقية في الناتج القومي:

الزيادة الحقيقية تعكس الزيادة في كمية السلع و الخدمات المنتجة خلال فترة زمنية معينة في غالب الأحيان سنة واحدة.

3- استمرار الزيادة لفترة طويلة:

لا يمكن التسليم بان الزيادة العارضة في الناتج الوطني تعتبر تنمية حيث انه من الضروري أن تستمر الزيادة لفترة طويلة من الزمن لان الاقتصاديات التي تأخذ بآلية السوق تتعرض لتقلبات اقتصادية فقد تكون هذه الزيادة حدثت في قمة الرواج الاقتصادي و سرعان ما يعود الاقتصاد إلى مرحلة الركود إما إذا كانت الزيادة لفترة طويلة يعني أنها ناتج حقيقي نحو التنمية و التغيرات الهيكلية.

4- أن يتمتع كل أفراد المجتمع بثمار هذه الزيادة حتى تكون التنمية حقيقية لا بد أن يتمتع كل أفراد المجتمع بثمار عملية التنمية و يتضح من هذا أن النشاط السياحي يساهم في التنمية الاقتصادية حيث أن أهميتها تنبع من كونها نشاطا اقتصاديا متجددا لا ينتهي طالما تم المحافظة على البيئة المحيطة بها فهي تعمل على زيادة الناتج

الوطني الخام و لكون السياحة نشاط يرتبط بالكثير من القطاعات الاقتصادية الأخرى فهي تساعد على دفع عملية التنمية بشكل أيسر و تساهم في :

- **زيادة الدخل الوطني** بحيث تلعب السياحة دور إيجابي في الحصول على الإيرادات من العملة الصعبة.

- **خلق فرص عمل** تستطيع الأنشطة خلق فرص أكثر من الأنشطة الاقتصادية الأخرى بسبب طبيعة النشاط السياحي و كذلك كثرة التشابكات بين القطاع السياحي و القطاعات الاقتصادية الأخرى.
- **إحداث التنمية المتوازية** التنمية المتوازية تعني الاهتمام بتنمية المناطق التي تعرضت للإهمال و إنشاء استثمارات سياحية في مناطق أثرية كما هو الحال في الجنوب الجزائري الذي يعتبر منطقة سياحية تهدف من وراءها الدولة إلى تشجيع المستثمرين الخواص بالاهتمام بهذه المناطق قصد تنشيط السياحة بها.
- **زيادة الإيرادات العامة للدولة** و ذلك من خلال فرض رسوم و ضرائب متنوعة تفرضها الدولة على الأنشطة السياحية و ما يتصل بها مثل ضرائب الدخل على المنشآت السياحية و على العاملين في القطاع السياحي و الضرائب المحلية و الرسوم الجمركية على السلع و المعدات و رسوم العبور و مختلف الجباية الأخرى التي تهدف الدولة الحصول عليها و للقطاع السياحي له دور فعال في تحصيل الموارد للدولة
- **تخفيض عجز الصادرات** غير المنظورة و الإيرادات للسياحة تعني كل ما ينفقه السائح داخل الدولة سواء كانت السياحة داخلية أو خارجية، كل ما ينفقه السائح بالإقامة بإحدى المحطات المعدنية قصد العلاج و على وسائل النقل المختلفة و ما ينفقه على المأكل و المشرب و الرسوم التي يتحملها مقابل زيارة بعض الأماكن الأثرية.

المطلب الثاني: محددات التنمية السياحية

هناك العديد من الجوانب التي لا بد من مراعاتها و أخذها في الحسبان لتحقيق التنمية السياحية و منها:

1- الموقع الجغرافي:

يلعب الموقع الجغرافي دورا هاما في التدفق السياحي إلى المناطق السياحية المختلفة كون الموقع السياحي يعتبر عاملا أساسيا في صناعة السياحة، و يلعب دورا بارزا في الحركة السياحية الدولية لاعتبارات التوفير في الوقت. و انخفاض في التكلفة فضلا على تنوع وسائل المواصلات مع توفير قدر معين من الاطمئنان بوجود مختلف الخدمات التي يحتاجها السائح أثناء مكوثه بالموقع السياحي و يعتمد القطاع السياحي على توفير كل أنواع المواصلات سواء كانت جوية أو برية أو بحرية و بأسعار معقولة منخفضة بهدف جلب اكبر عدد ممكن من السياح و منافسة الدول الأخرى كما هو الحال في الاستراتيجية المطبقة في الدول المجاورة للجزائر حيث تعتبر الصناعة السياحية في كل من تونس و المغرب من أهم القطاعات التي تولي لها الحكومات أولوية في اقتصادها بتخفيض سعر المنتوج السياحي و امتصاص التكلفة تشجع السياح على زيارة المواقع السياحية لتلك البلدان.

2- توفير التسهيلات السياحية بأسعار مناسبة:

إن القطاع السياحي بطبعه قطاع خدمي فان طبيعة الخدمات المختلفة المقدمة للزبون لا بد أن تكون في مستوى الحدث و انه من الضروري توفير التسهيلات المتعلقة بالإقامة و الإطعام و الشرب و خدمات النقل السياحي و كل الخدمات الأخرى من محلات تجارية مصارف أو بنوك كل هذه الخدمات لا بد من توفيرها للسائح و تكون

جيدة من حيث النوعية و تكون تنافسية من حيث السعر بالمقارنة بالمناطق السياحية الأخرى.

3- طبيعة و مصدر الاستثمار في السوق السياحي:

إن النشاط السياحي يتطلب موارد كبيرة لإنشاء المرافق السياحية الأساسية و المنشآت السياحية كالفنادق و مراكز سياحية...الخ. و غيرها من المشروعات التي لها علاقة بالقطاع السياحي كالمواصلات و مختلف المرافق التي تخدم النشاط السياحي و أن الاستثمار في المجال السياحي يتطلب القيام بدراسة اقتصادية و اجتماعية للموقع السياحي المراد الاستثمار فيه و الأخذ بعين الاعتبار الطلب السياحي و كل التغيرات الاجتماعية و السياسية و يمكن أن تلعب الدولة دورا هاما في توجيه الاستثمار في القطاع السياحي خصوصا إذا كانت السياحة تعتبر قطاعا أساسيا في خطط التنمية الاقتصادية و الاجتماعية كما هو الحال في الجزائر فقد أولت

الحكومة أولوية للقطاع السياحي بتشجيع المستثمرين الخواص بمنحهم كل الوسائل و التسهيلات للقيام بمشاريع استثمارية في القطاع السياحي بهدف النهوض به.

4- تقرير حوافز للمشروعات السياحية:

إن الاهتمام بالتنمية السياحية دعم صناعة السياحة فيما بين تهيئة المناخ المناسب للاستثمارات و بين تزويد المستثمرين في قطاع السياحة بالمساعدات المالية و من الضروري أن تستهدف سياسة تقدير الحوافز في الدول خاصة منها النامية تشجيع القطاع الخاص على الاستثمارات في المشروعات السياحية و تتنوع صور المساعدات المالية التي تقدم للمستثمرين في القطاع السياحي منها.

- **الإعانات:** قد تكون هذه الإعانات عينة كتقديم الأراضي لإقامة المشروعات السياحية بدون مقابل أو تقديمها بأسعار منخفضة و قد تكون الإعانات نقدية تقدم فيها الدولة بمساعدة المستثمرين الخواص بمبالغ مالية لمشاريعهم السياحية التي تهدف الدولة إلى تنميتها أي تنمية تلك المناطق السياحية.

- **القروض طويلة الأجل و بأسعار فائدة منخفضة:** إن الاستثمار في القطاع السياحي يتطلب موارد مالية كبيرة حيث في غالب الأحيان يتوجه أصحاب المشاريع السياحية إلى طلب قروض من الدولة أو بنوك لإتمام مشاريعهم.

- **الإعفاءات الضريبية و الجمركية:** للنهوض بالقطاع السياحي يستوجب على الدولة التي تهدف إلى تنمية هذا القطاع الحساس القيام ببعض الإجراءات من بينها الإعفاءات الضريبية لمدة من الزمن و القيام بإعفاءات جمركية على المعدات اللازمة لإنشاء و تجهيز المركبات السياحية.

- **تقديم مزايا لاستثمارات أجنبية:** إن من السياسة السياحية المطبقة حاليا هو منح مزايا للمستثمرين الأجانب بتقديم لهم كل الحوافز المتنوعة و توفير المناخ المناسب للاستثمار و إرساء عوامل الاستقرار السياحي الاقتصادي و السياسي.

5- **التخطيط السياحي** :

يعمل التخطيط السياحي على توفير كل الظروف التي تؤدي إلى تنمية السياحة و تعجل بها و هو لا يعد و إن يكون وسيلة عملية منظمة و مستمرة تتضمن وضع صورة تقديرية للمستقبل و ذلك بالاعتماد على معطيات سابقة و تتم عملية التخطيط السياحي من خلال حصر و تعبئة الموارد و الطاقات السياحية في المجتمع

و استخدامها أفضل استخدام ممكن أو التسيير العقلاني لكل الموارد و الطاقات سواء كانت موارد مادية أو بشرية بهدف تحقيق اكبر معدل من النمو السياحي.

هذا النوع من الدراسة يعتمد على دراسة كل الموارد السياحية و اتجاهات النمو فيها و المشكلات التي تواجهها أي أن هذه الدراسة تتضمن مسحا شاملا للنشاط السياحي في مرحلته الأولى ثم تأتي المرحلة الثانية التي يتم من خلالها تحديد أهداف الخطة وهنا يجب أن لا تقتصر أهداف الخطة السياحية على مجرد وضع أولويات بالمناطق السياحية و إنشاء المرافق الأساسية و غيرها و لكن يجب أن تأخذ في اعتبارها أيضا الابتعاد عن التداخل في الاختصاصات بين القطاع السياحي و القطاعات الأخرى كذلك يجب أن يتم تحديد معدل النمو المطلوب في قطاع السياحة مع مراعاة تحقيق التناسب بين هذا المعدل و معدلات النمو في القطاعات الأخرى ثم تأتى المرحلة الثالثة و هي مرحلة التنفيذ من خلال تحديد الوسائل اللازمة لتحقيق الأهداف السابقة آخر مرحلة الرقابة و الإشراف على التنفيذ من اجل التعرف على التغيرات التي يتم إدراجها في الخطة و كون القطاع السياحي قطاع مرن يتأثر بالظروف المحيطة به و التكيف مع المعطيات الجديدة.

6- متطلبات التعاون السياحي:

إن التعاون السياحي بين الدول سواء كانت مجاورة أو أخرى يساهم في التنمية السياحية لعدة اعتبارات أهمها:.

- اتساع أنشطة المنظمات الدولية الإقليمية في المجال السياحي و يعتبر المشاركة في المؤتمرات الدولية التي تعقدها المنظمات كالمنظمة العالمية للسياحة ترمي إلى المساهمة في التنمية و التعاون السياحي.

–محاولة القضاء على مشكلة الموسمية في المجال السياحي من خلال المساهمة في توزيع النشاط السياحي على مدار العام.

–تسهيل الرحلات السياحية الطويلة التي تتم عبر عدة دول بتسهيل مرور الأشخاص على الأراضي الدول التي تقع على طريق البلد المراد الذهاب إليها بتقديم تأشيرات العبور و تسهيلات أخرى.

–إمكانية تحقيق التكامل السياحي بين الدول التي تكون في منطقة سياحية واحدة و يتم ذلك من خلال الترتيبات التي تنظم حصول كل بلد على مزايا

المطلب الثالث: آثار التنمية السياحية على الإقتصاد الوطني

لا شك أن القطاع السياحي له تأثيرات مباشرة أو غير مباشرة مع القطاعات الأخرى بحكم طبيعة النشاط السياحي الذي يرتبط بعدة نشاطات اقتصادية أخرى و للوصول إلى تنمية سياحيه لا بد من توفير شروط اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، بيئية هذه الأخيرة أي البيئة هي إلتى توفر القاعدة الأساسية لقيام النشاط الاقتصادي و سنتطرق إلى آثار التنمية السياحية، فلها آثار اقتصادية، آثار اجتماعية، آثار على البيئة سنعالجها كما يلي:

1- الآثار الاقتصادية:

بحكم أهمية القطاع السياحي أصبحت الدول من بينها الجزائر تولي أهمية قصوى للنشاط السياحي لما له من تأثيرات إيجابية على الاقتصاد الوطني و تعتبر السياحة في بعض الدول كتونس، المغرب، و مصر أهم قطاع تعتمد عليه في الحصول على الموارد المالية بالعملة الصعبة، المساهمة في زيادة إيرادات الدولة، و تخفيض عجز

الميزانية بفرض رسوم جمركية وتحصيل الضرائب على المناطق و المركبات السياحية.

و للسياحة العديد من الآثار المهمة في الاقتصاد القومي منها مباشرة و أخرى غير مباشرة و يمكن أن نستعرضها كما يأتي:

- أثر في الدخل القومي
- أثر في ميزان المدفوعات و التجارة الخارجية
- أثر في الاستخدام و تكوين فرص العمل
- أثر في تحقيق التنمية المتوازنة بين الأقاليم

و من خصائص القطاع السياحي انه قطاع كثيف التشابكات مع القطاعات الأخرى و هو بذلك يكون المحرك الديناميكي للاقتصاد القومي فهو ينشط القطاعات الأخرى الصناعية، الزراعية بما فيهم قطاعات فرعية و ثانوية و بالتالي فان انتعاش السياحة يعني انتعاش الاقتصاد بكامله.

2- الآثار الاجتماعية و الثقافية:

قد تكون الآثار الاجتماعية و الثقافية للتنمية الاجتماعية آثار إيجابية بحكم السياحة تعتبر نافذة على العالم الخارجي فعن طريقها يتسع أفكار الآخرين و تعرف عاداتهم و يطلع على تجارتهم كما أن القطاع السياحي يمكن أن يكون عاملا من عوامل التوازن الاجتماعي بحكم أن النشاط يولد فرص كبيرة للعمل و تساهم إيراداته في تحقيق التوازن الإقليمي و بفضل النشاط السياحي يمكن ربط علاقات بين مختلف الأجناس و المجتمعات بهدف التعريف بثقافة و عادات كل مجتمع كما هو الشأن في الصحراء الجزائرية فهناك عادات و تقاليد لسكان الأهقار في أقصى الجنوب فمن

خلال القيام بتنظيم رحلات سياحية لمختلف الأجناس بهدف الاحتكاك بهذه التقاليد و العادات و إعطاء نظرة على السياحة في الجنوب الجزائري.

3- الآثار السياسية:

إن القطاع السياحي له آثار سياسية مختلفة نذكر منها:

- **تصحيح المفاهيم الخاطئة :**

قد تكون بعض المفاهيم الخاطئة في أذهان بعض الأجانب عن الجزائر فالوضعية الأمنية التي شهدتها الجزائر خلال العشرية الأخيرة كان لها تأثير سلبي على النشاط السياحي كون العدد من الدول الأجنبية و خاصة وسائل الإعلام ضخمت من الوضعية الأمنية نتج عنه انخفاض كبير على القطاع السياحي و لمواجهة ذلك يجب القيام بحملات إعلامية مكثفة لتصحيح المفاهيم و تقديم الصورة الصحيحة إلى الشعوب الأجنبية و الواقع انه لا توجد طريقة أخرى اقدر على إقناع الأجانب و إظهار الحقائق لهم أفضل من الحضور و المشاهدة و معايشة الواقع بأنفسهم و بذلك تصحيح المفاهيم الخاصة.

- **تدعيم أواصل الصداقة بين الجزائر و العالم:**

يلعب القطاع السياحي دور ريادي في تدعيم أواصل الصداقة بين الجزائر و العالم الخارجي و باحتضان الجزائر لملتقى الشبيبة في العالم ما هو إلا تأكيد على ربط علاقة وطيدة مع الشعوب الأخرى هذا من جهة و من جهة أخرى إعطاء نظرة على الواقع الجزائري.

4- الآثار البيئية الطبيعية:

إن التشابه المتين في عمليات التنمية السياحية رغم اختلاف المناطق و المواقع و الدول أدى إلى إزالة الفوارق بين المناطق التي تتوقف جاذبيتها الأساسية على هذه الاختلافات مما أضحى أهم المصادر التي تهدد البيئة إضافة زيادة النفايات التي تضر بالبيئة التي تحدث غالبا بسبب تزايد السكان و السائحين و السيارات مما يؤدي إلى تلوث الهواء و ضياع جوانب الجمال الحقيقية للبيئة.

و من العناصر المؤثرة على البيئة في الحركة الموسمية للسياحة فتزايد عدد السائحين في فترات معينة بدرجة تفوق للطاقة الاستيعابية للمنطقة يؤدي إلي إفساد البيئة و منه فان السياحة لا يجب أن تقوم على الاعتبارات الاقتصادية و التكنولوجية بل يجب أن تأخذ اعتبارات الحفاظ على البيئة و احتياجات السكان باهتمام بالغ و عليه فان التنمية السياحية ما هي إلا تنمية إنسانية في جوهرها ومن ثم يجب أن تعمل على تنمية فضائل الإنسان و قدراته الاجتماعية و ترقية سلوكه.

خلاصة الفصل

تطرقنا في هذا الفصل إلى مختلف المفاهيم الأساسية للتسيير باعتباره علما قائما بذاته بالتطرق إلى مكونات الأساسية للتسيير الذي يعتمد على الأسلوب العلمي من أجل حصر المشاكل و إيجاد الحلول المناسبة لها، كما تطرقنا إلى مفهوم الخدمات و مميزاتها الأساسية مع ذكر خصائص الخدمات و تصنيفاتها مع إبراز دور وظيفة التسيير في الخدمات.

كما تناولنا في هذا الفصل في مبحثه الثاني إلى السياحة بالتطرق إلى تعريفها و أهميتها مع إبراز أنواع و أنماط السياحة و أهميتها الإقتصادية ، بالإضافة إلى دراسة الخدمات السياحية باعتباره نشاط خدمي يعتمد على العنصر البشري عكس القطاعات الإقتصادية الأخرى .

و أخيرا تناولنا التنمية السياحية في المبحث الثالث بالتطرق إلى مفهوم التنمية السياحية مع إبراز محددات التنمية السياحية و الآثار الإقتصادية ، الإجتماعية ، الثقافية ، السياسية و البيئية.

الفصل الثاني

تحليل خدمات التسيير الفندقي

مقدمة الفصل:

أخذت الفنادق تتزايد و تتطور باستمرار و بصورة تدريجية بكافة أنواعها و أشكالها في معظم بلدان العالم حيث ساهمت في تطورها و تزايدها عوامل متعددة أهمها الانفجار السكاني و تزايد انتقال الأفراد من مكان إلى آخر بفضل تطور و ازدياد الرغبة لديهم في زيارة المدن و البلدان الأخرى و تنامي حركة التجارة و الصناعة و الزراعة التي رافقتها زيادة تنقل رجال الأعمال من مكان إلى آخر فضلا على أن صناعة الفنادق أصبحت في العصر الحالي ركنا أساسيا من أركان السياحة فضلا على أن النشاط الفندقي يمثل ركنا أساسيا من أركان السياحة و من أركان النشاط الاقتصادي كون النشاط الفندقي يعتبر من أهم الأنظمة في القطاع الخدمي كونه يقدم خدمات الإيواء للنزلاء و مختلف الخدمات الثانوية الأخرى و منه يتم تصنيف الفنادق ضمن القطاع الخدمي.

كما تعتبر صناعة الفنادق من اكبر الصناعات في العالم في العصر الحالي كونها أفضل وسيلة للقضاء على البطالة و يساهم في توليد فرص العمل سواء كانت دائمة أو موسمية و تعتبر صناعة الفنادق إحدى المستلزمات الضرورية للحضارة الحديثة و لا يمكن تصور بلد متحضر بدون وجود نظام فندقي يسمح بإقامة السواح في كل أنحاء المناطق السياحية لأغراض عملية أو الاستجمام.

و لتحديد النشاطات الفندقية كونها مختلفة عن باقي النشاطات الاقتصادية الأخرى لخصوصية القطاع الفندقي و تختلف الأنشطة الفندقية و الخدمات الفندقية من فندق إلى آخر حسب درجات الفنادق و فئاتها و يرى الدكتور هاشم أحمد عطية على أن:

" تختلف درجات الفنادق و فئاتها و بالتالي اختلاف درجات الفنادق يؤدي إلى اختلاف في الأنشطة و الوظائف الفندقية"[1]

من خلال التعريف يتضح لنا أن الصناعة الفندقية متنوعة و مختلفة في نفس الوقت حسب نوعية الفندق و الخدمات التي يقدمها كل فندق و تعتبر درجة الفندق معيار للخدمات الفندقية المقدمة للنزلاء.

و عليه فان الصناعة الفندقية نشاط اقتصادي قبل كل شيء يعطي صورة حية على التطور الاقتصادي ببلادها و يساهم في اقتصادها.

[1] هاشم أ د عطية: النظاۤ ا اسF و نظاۤ اسبة التكاليف ا نشاۤت ا دمية الفنادق طبعة 1998 ص 31

المبحث الأول: الفنادق، مفهومها، أنواعها، أهميتها و ملامحها الأساسية

نتطرق في هذا المبحث إلى الفنادق، و نتناول في مطلبه الأول مفهوم الفندق باعتباره مؤسسة خدمية، تهدف إلى تلبية رغبات العملاء و الزبائن من مبيت بالإضافة إلى تقديم خدمات ثانوية أو إضافية ، الهدف منها هو توفير كل وسائل الراحة للعميل أو الزبون ، كما نبرز في المطلب الثاني إلى أنواع الفنادق باعتبار وجود اختلاف في تصنيفاتها حسب الخبراء و أهل الإختصاص ، كون الفنادق تختلف من حيث نوعية و درجة جودة الخدمات التي تؤديها ، فالواقع التطبيقي في مختلف بلدان العالم يبين أن أصناف الفنادق و أشكالها تختلف من بلد إلى آخر.

و أخيرا نتناول أهمية الفنادق من شتى المجالات بالإضافة إلى تحديد ملامحها الأساسية.

المطلب الأول : مفهوم الفندق

يمكن تعريف الفندق على انه مؤسسة خدمية تهدف إلى تلبية و توفير خدمات الإيواء و الطعام و الشراب و تسهيلات و خدمات متنوعة للمسافرين و لهذا فقد أولت إدارة الفنادق أهمية خاصة بدراسة و تحليل و إشباع حاجات و ميول و توقعات و رغبات العملاء باعتبارهم مصدر الدخل الوحيد للفندق.

ومن هذا يمكن طرح سؤال في هذا المجال و هو:

ما المقصود بالفندق و هل يوجد اتفاق في تعريفه و تمييزه؟

لقد اختلفت آراء المنظمات و الكتاب المختصين في مجال الفندقة حول تعريف الفندق نظرا للتطور السريع الحاصل في مجال الفندقة.

لقد عرفت الجمعية الأمريكية للفنادق على أن:

" الفندق نزل أعد طبقا لأحكام القانون ليجد فيه النزيل المأوى، المأكل و خدمات أخرى لقاء أجر معلوم"[1]

و عرفت المجلة العربية للسياحة بأنه:

" الفندق مكان يجد فيه النزيل المأوى و المأكل، و الخدمة لمدة معينة لقاء أجر معلوم"[2]

أما القانون البريطاني فقد عرف الفندق على النحو التالي:

" الفندق مكان يلتقي فيه المسافر الملتزم خدمات المأوى و الطعام مقابل سعر محدد قادر على دفعه"[3].

و ثمة باحثان متخصصان في هذا المجال و هما Rovels و Goodwin عرفا الفندق في كتابهما الصادر في عام 1980 بأنه " الفندق منظمة توفر الإقامة و الطعام إلى الضيوف مقابل سعر معين"[4].

إن من خلال التعاريف السابقة لأهل الاختصاص في المجال الفندقي يتضح لنا على أنه يوجد إجماع على أن الفندق هو:

- مكان إقامة
- تقديم الخدمات الخاصة بالمأكل، المشرب و مختلف الخدمات الأخرى.
- أجر معروف مسبقا مقابل الخدمات المقدمة.

[1] د: مد أم ي الدين السيد علي، إدارة الفنادق و رفع كفاءتها الإنتاجية الطبعة الأولى سنة 1998 ص 40

[2] ماهر عبد العزيز توفيق مبادئ إدارة الفنادق – دار زهران للنشر و التوزيع – عمان الطبعة الأولى سنة 1998 ص 18

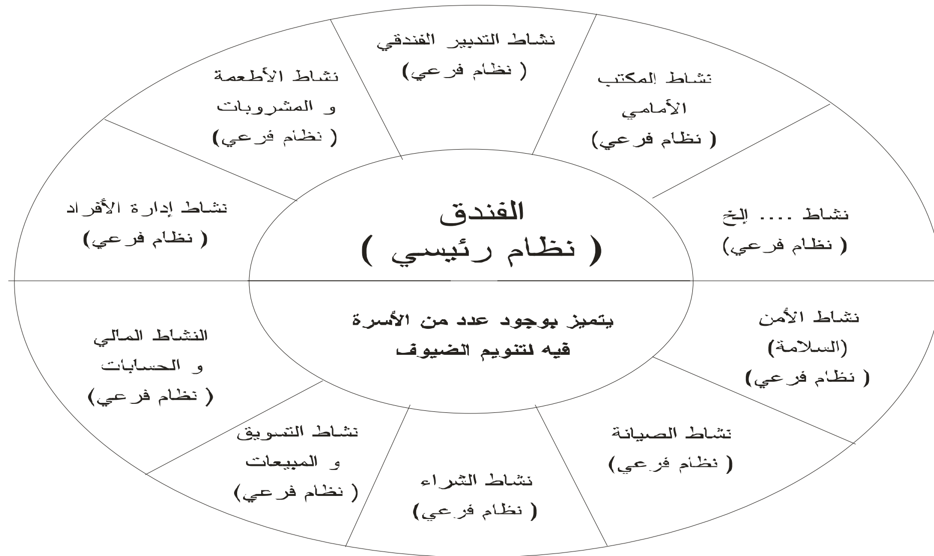
[3] إدارة الفنادق، و رفع كفاءتها الإنتاجية مرجع سابق ص 40

[4] مبادئ إدارة الفنادق، مرجع سابق، ص 20

و يمكننا أن نقدم تعريفا متكاملا و بسيطا للفندق يتمثل فيما يلي: وحدة اقتصادية و اجتماعية و فنية يحتوي على أسرة لتنويم الضيوف و يتألف من مجموعة من النشاطات الثانوية أهمها: نشاط الأطعمة و المشروبات نشاط التسويق و المبيعات نشاط إدارة الأفراد و النشاط المالي و نشاط الشراء و نشاط الصيانة و الأمن و مختلف النشاطات الأخرى التي يؤثر بعضها ببعض و يتأثر بعضها ببعض و تسعى كل هذه النشاطات إلى تحقيق الأهداف الرئيسية للفندق و هو تقديم خدمات المأوى و الطعام للأفراد مقابل أجر محدد.

و من خلال الرسم البياني يتضح لنا مساهمة الفندق أهدافه و نشاطاته المختلفة.

الشكل[1] الفندق نظام رئيسي



الشكل رقم 01

الفندق نظام رئيسي [1]

[1] إدارة الفنادق و رفع كفاءتها الإنتاجية ص 41

إن تعريفنا لهذا الفندق يركز على النقاط الأساسية

- المعيار الأساسي لتمييز الفندق كمنظمة خدمية عن بقية المنظمات الأخرى هو وجود عدد الأسرة فيه لتنويم الأفراد و توفير كل وسائل الراحة لهم.
- يمثل الفندق وحدة اقتصادية متكاملة حيث يمارس نشاطات الخدمات بالإضافة إلى نشاطات اقتصادية أخرى كالتسويق و المبيعات بالإضافة إلى نشاطات أخرى كما هو مبين على الشكل البياني و يسعى إلى تحقيق اكبر قدر من الإيرادات بأقل تكلفة و تحقيق مردودية اقتصادية بالإضافة إلى انه نشاط اجتماعي حيث انه يكون مجموعة من الأفراد العامين فيه و العلاقات السائرة بينهم.
- بالعودة إلى الشكل البياني نرى أن الفندق نظام متكامل و مركب يتألف من مجموعة من النشاطات الفرعية لكل منها طبيعة مميزة و خصائص مختلفة كل هذه الأنشطة الجزئية أو الفرعية تساهم بطريقة مباشرة في تحقيق أهداف الفندق و المتمثلة في جلب اكبر عدد من العملاء و ذلك بتقديم كل التسهيلات و الخدمات لهم مقارنة بالفنادق المنافسة.
- الأهداف التي تسعى الفنادق إلى تحقيقها متعددة و متنوعة تختلف من فندق إلى آخر حسب نوعه و شكله غير أن هناك أهداف مشتركة تسعى إليها كل الفنادق و هي تقديم خدمات المأوى و الطعام و الشراب و مختلف الخدمات الثانوية الأخرى.

المطلب الثاني: أنواع الفنادق

تختلف الفنادق و فئاتها و تختلف بالتالي نوعية و درجة جودة الخدمات التي تؤديها تلك الفنادق للنزلاء فالواقع التطبيقي في مختلف بلدان العالم يبين أن أنواع الفنادق و أشكالها تختلف من بلد إلى آخر و ذلك يتوقف على مدى توفر المقومات و الموارد السياحية (التاريخية، الدينية، الطبيعية و غيرها) أحد الركائز الأساسية للعرض

السياحي فكل بلد يصنف الفنادق فيه بشكل مختلف و لا يوجد تصنيف ثابت لأنواع الفنادق و يمكن الاعتماد في تصنيف الفنادق إلى درجة وجود الخدمات المقدمة فيه. و إذا عدنا إلى أصحاب الاختصاص في المجال الفندقي و السياحي.

" فقد صنف الدكتور عبد المجيد مصطفى أبو ناعم الفنادق إلى ثلاثة أنواع حسب طبيعتها خصائصها و الغرض من إنشائها و الخدمات التي تقدمها منها فنادق المجموعات التقليدية فنادق المصايف أو المنتجعات، فنادق الضواحي أو المطارات"[1].

و يرى ماهر عبد العزيز توفيق المتخصص في مجال الإدارة السياحية على انه " من الممكن تصنيف الفنادق إلى أنواع و أشكال متعددة تبعا لأسس متعددة أهمها: الملكية، الموقع، الخدمات التي تقدمها و الدرجات و النجوم و الأسعار"[2].

و يرى كل من William S Gay and Salvatore C Liguari « فقد صنفا الفنادق إلى أنواع و أشكال مختلفة حسب أهم المعايير و المتمثلة في مدة الإقامة و الموقع »[3].

من خلال وجهات النظر لمختلف المختصين نستنتج انه من الصعب تحديد معيار واحد شامل لمختلف أنواع الفنادق، فمنهم من يرى أن الموقع هو التصنيف الأجدر و منهم من يرى أن مستوى الخدمات التي يتم تقديمها تعتبر المعيار الأهم في تصنيف الفنادق و يرى فريق آخر أن مدة الإقامة هي التصنيف الأرجح.

[1] أدارة الفنادق و رفع كفاءتها الإنتاجية مرجع سابق ص 43 .
[2] مبادئ أدارة الفنادق، مرجع سابق ص 21 .
[3] مبادئ أدارة الفنادق، مرجع سابق ص 23 .

و بالتالي فان آراء أهل الاختصاص في مجال الفندقة بصفة خاصة و السياحة بصفة عامة تختلف حول تحديد المعايير المستخدمة في تصنيف الفنادق من خلال التصنيفات المذكورة سابقا و نلاحظ أن تصنيف الفنادق حسب معيار الموقع مدة الإقامة و الدرجات يحتل أهمية خاصة و يعتبر التصنيف المنطقي و المقرب إلى مختلف آراء المختصين في المجال الفندقي.

نتطرق إلى مختلف تصنيفات حسب أهل الإختصاص و هي كما يلي :

1- تصنيف الفنادق حسب الموقع:

يعتمد هذا التصنيف على تقسيم الفنادق حسب موقعها الجغرافي و يمكن تقسيم الفنادق هذا النوع من التصنيفات إلى عدة أنواع أهمها:

1-1 **فنادق مراكز المدن:**

هذا النوع من الفنادق يقع في وسط المدن مخصصة لإيواء رجال الأعمال و السياح تقدم هذه الفنادق مختلف الخدمات من إيواء و مختلف الخدمات التجارية من مأكل

و شراب و قاعات للاجتماعات... الخ و من مميزات هذا النوع من الفنادق أسعارها مرتفعة و أحجامها متفاوتة مثل فندق السفير بالجزائر الوسطي و فندق الأوراسي.

1-2 فنادق الضواحي:

تقع هذه الفنادق في ضواحي المدن الكبرى مخصصة لإيواء رجال الأعمال و السائحين أسعارها مرتفعة نسبيا و تقدم كافة الخدمات الفندقية من إيواء مأكل و شراب و كل الخدمات الأخرى خاصة منها المواصلات لتسهيل المقيم بالفندق التنقل بكل سهولة مثل فندق السفير بزرالدة، فندق الشيراطون... الخ.

1-3 فنادق المنتجعات:

يقع هذا النوع من الفنادق في الأماكن الساحلية أو الجبلية أو قرب ينابيع المياه المعدنية من خصائص هذا النوع من الفنادق انه مكان للترفيه و الاستجمام و مكان للعلاج، بالنسبة للفنادق الواقعة في مناطق معدنية أسعارها مرتفعة نسبيا مثل حمام ريغة، حمام بوحجر وهذا النوع من الفنادق يمكن تقسيمه إلى أربعة أصناف

- فنادق منتجعات صيفية تقع بالقرب من السواحل و البحيرات
- فنادق منتجعات شتوية دافئة تقع بالقرب من ينابيع المياه المعدنية و الغابات
- فنادق منتجعات شتوية باردة تقع بالقرب من الجبال و المناطق الباردة
- فنادق منتجعات تعمل على مدار في المناطق التي يكون مناخها معتدلا.

1-4 فنادق المطارات:

تقع الفنادق بالقرب من المطارات أو داخلها أنشأت خصيصا لمستعملي الرحلات الجوية لأسباب مختلفة و يتم تقديم كل التسهيلات الضرورية و الخدمات لمستعملي هذا النوع من الفنادق و مثال فندق مطار هواري بومدين.

5-1 فنادق العبور:

تقع هذه الفنادق على الطرق السريعة الغرض الرئيسي من إنشائها السماح للمسافرين بسياراتهم اخذ قسط من الراحة بالإضافة إلى تقديم كل التسهيلات من إيواء و خدمات أخرى متنوعة كالمحلات التجارية و خدمات المأكل و الشراب بالإضافة إلى خدمات أخرى هذا النوع من الفنادق ليس متوفر في الجزائر.

2- تصنيف الفنادق حسب مدة الإقامة:

هناك مختصين في المجال الفندقي يعتقدون أن معيار مدة الإقامة تحدد نوعية الفندق و درجة الخدمات المقدمة و يقصد بمدة الإقامة إقامة دائمة أو مؤقتة.

1-2 فنادق الإقامة الدائمة: يقصد بالإقامة الدائمة هي الإقامة التي تفوق الشهر على الأقل و يتألف هذا النوع من الفنادق على وحدات سكنية مؤلفة من عدة غرف منفصلة عن بعضها البعض و متوفرة على جميع المرافق الضرورية من مطبخ، حمام، و هذا النوع من الفنادق يستخدم من طرف أشخاص الذين يقيمون بعيدين عن أسرهم و لأغراض عملية.

2-2 فنادق الإقامة المؤقتة: أنشأت هذه الفنادق لإيواء النزلاء لفترة مؤقتة قد تتراوح هذه المدة بين اليوم إلى 29 يوم و يتألف هذا الفندق من غرف تختلف في حجمها و يقدم هذا النوع من الفنادق مختلف الخدمات الأخرى كالمأكل و الشراب و تعتبر أسعاره معقولة و بتسهيلات ممنوحة للمسافرين.

3- تصنيف الفنادق حسب الدرجات:

يعتبر هذا المعيار من أهم المعايير المعمول به عالميا كونه يصنف الفنادق حسب الدرجات و الخدمات الفندقية المقدمة و يمكن تقسيم هذا التصنيف إلى أربعة أنواع.

1-3 فنادق الدرجة الممتازة:

يعتبر هذا النوع من الفنادق ذات السمعة العالمية الموجودة في شتى أنحاء العالم تقدم هذه الفنادق خدمات متكاملة للنزلاء بأسعار مرتفعة متناسبة مع نوعية الخدمات المقدمة و من مميزات هذا النوع من الفنادق بكبر حجمها و كذلك بمواصفات عالمية محددة من أمثال ذلك سلسلة الهلتون و الشيراطون.

2-3 فنادق الدرجة الأولى:

يعتبر هذا النوع من الفنادق من أحسن الفنادق من حيث الخدمات المقدمة كون هذا النوع من الفنادق يقدم أفضل الخدمات بشكل متكامل و لكن بأقل من الخدمات المقدمة في الفنادق الممتازة، من مميزاتها أسعارها مرتفعة نسبيا و أحجامها مختلفة مثال ذلك فندق ألبر الأول، فندق الجزائر ...الخ

3-3 فنادق الدرجة الثانية:

تعتبر هذه الفنادق اقل أهمية و جودة مقارنة بفنادق الدرجة الأولى لنوعية الخدمات و بالتالي أسعارها منخفضة مقابل الخدمات المقدمة و يمكن اعتبارها فنادق ذات الاستعمال الأوسع من طرف النزلاء كون سعر الإيواء في متناول الجميع.

4-3 فنادق الدرجة الثالثة:

تعتبر هذه الفنادق شعبية و أسعارها منخفضة و الخدمات الفندقية تكون منعدمة و تتميز بمواصفات محددة و بالتالي فهي تختلف على باقي الفنادق الأخرى المشار إليها.

المطلب الثالث: أهميتها و ملامحها الأساسية

لا يختلف أهل الاختصاص في المجال الفندقي و السياحي على أهمية هذا القطاع في اقتصاد البلاد و قد أولت الدول أهمية خاصة به كالجزائر مما أدى إلى انتشار و ازدهار الصناعة الفندقية في العقود الأخيرة لما تكتسيه من دور اقتصادي و اجتماعي و ثقافي و تكمن أهميتها في المحاور الرئيسية التالية:

- توفير الخدمات للأفراد
- الحصول على الإيرادات
- تأمين فرص العمل
- تعليم وتدريب العاملين في المجالات المختلفة
- تنمية المناطق الجغرافية

1- تقديم الخدمات للأفراد:

تعتبر صناعة الفنادق ركنا أساسيا من أركان السياحة نظرا لما تقدمه من خدمات للنزلاء و مع التطور الحاصل في المجال الفندقي أصبح دور الفندق لا يقتصر على المبيت فحسب بل تطور ليشمل مجالات مختلفة من اجل تلبية كل رغبات و ميول النزيل و تقديم له كل التسهيلات الضرورية أثناء إقامته بالفندق.

فالفنادق في الوقت الراهن تعتبر احد مستلزمات الحضارة الحديثة كمراكز اجتماعية و ثقافية تلبي حاجيات المجتمع و رغباته و تسمح بإقامة النزلاء الذين يتنقلون من بلد إلى بلد آخر لأغراض عملية أو سياحية.

كما أن التطور الحاصل في المجال الفندقي كون الفندق أصبح يوفر كل مستلزمات المقيم حيث أصبح يتوفر إلى مسابح، محلات تجارية كما يقدم خدمات مصرفية و بريدية و هاتفية بالإضافة إلى وجود وكالات سياحية و خدمات أخرى كل هذه الخدمات تهدف بالدرجة الأولى إلى تقديم كل متطلبات النزلاء بهدف الحفاظ عليهم باعتبار العملاء و الزبائن المصدر الوحيد للفندق.

2- الحصول على الإيرادات:

تعتبر صناعة الفنادق بصفة خاصة و القطاع السياحي بصفة عامة ركنا أساسيا في الاقتصاد بعد الصناعة و الزراعة لما تجلبه من إيرادات سواء كانت بالعملة المحلية أو بالعملة الصعبة و أصبحت كل دول العالم تعتمد على القطاع السياحي و الفندقي لجلب الموارد و تولي لها أهمية قصوى كما هو الحال في العديد من الدول كالمغرب، تونس، مصر...الخ.

3- توفير فرص العمل:

تعتبر الصناعة الفندقية من الأنشطة التي تعتمد بصفة مباشرة على الموارد البشرية كونه نشاط خدمي فهي تؤمن اكبر فرص العمل مقارنة بالقطاعات الأخرى سواء كانت فرص عمل مباشرة التي تزاول نشاطها داخل الفندق أو فرص عمل غير مباشرة من مقاولين عند الإنجاز أو في مرحلة التجهيز من معدات و أثاث.

كما أن طبيعة نشاط الفندق فهو على اتصال مباشر مع قطاعات أخرى لتزويده بالمواد الضرورية سواء كانت للاستهلاك كالمواد الغذائية أو التنظيفية و مواد أخرى

و بالتالي فالقطاع الفندقي يعتمد بصفة مباشرة على اليد العاملة و منه فان فرص العمل في الميدان الفندقي متوفرة على مدار السنة.

4- تعليم وتدريب العاملين في المجالات المختلفة للفندقة:

تعتبر الصناعة الفندقية من النشاطات الاقتصادية الهامة و التي تولي لها الدول أهمية قصوى و تصخر لها كل الإمكانيات بهدف الرفع من كفاءتها الإنتاجية و ذلك للوصول إلى تنمية القطاع السياحي و الفندقي و ذلك بتوظيف الإمكانيات المتوفرة بشكل عقلاني و امثل و للوصول إلى هذه الأهداف لابد من توفر يد عاملة مدربة لذا تلجأ كل بلدان العالم إلى إنشاء معاهد و مدارس مختصة في المجال السياحي و الفندقي للأفراد العاملين في القطاع و تدريبهم بغرض زيادة كفاءتهم و إلمامهم بالعمل و تطوير مهاراتهم و ترقيتهم لكي يقوموا بأعمالهم على أفضل وجه و بأقل جهد وتكلفة ممكنة و ذلك باستخدام أهم الطرق للتعليم و التدريب و أهم الطرق هي:

- التعليم و التدريب أثناء العمل
- التعليم و التدريب بواسطة المحاضرات و الندوات
- التعليم و التدريب بواسطة الحالات العلمية

5- تنمية المناطق الجغرافية:

تهدف الصناعة الفندقية إلى تنمية المناطق الجغرافية التي يقع فبها الفندق فالفنادق تعمل على تنمية البنية التحتية للمناطق الجغرافية التي يتم إنشاءها فيها و هي: الدور و محلات التسويق، المطاعم و المشارب، الشركات

المختلفة...الخ. المحاذية و القريبة منها حيث يتحسن عملها و يزداد و ذلك نتيجة لإنفاق السائح أو الزائر في تلك المنطقة و هذا بالإضافة على صناعة النقل و المواصلات و خدمتها للنشاط السياحي.

المبحث الثاني: وظائف الفندق و خصائصه

إن تنوع الأنشطة الفندقية بحكم أن النشاط الفندقي متشعب و متكامل و ترابطه مع عدة قطاعات اقتصادية أخرى يستلزم في هذه الحالة أن تكون إدارة الفندق قادرة على القيام بمختلف النشاطات حتى يبلغ أهدافه.

و بالتالي نتطرق في هذا المبحث إلى تعريف وظائف الفندق و خصائصه.

المطلب الأول: الوظائف الأساسية للفندق

يعتبر النشاط الفندقي نشاط اقتصادي و لخصوصية هذا القطاع الحيوي الذي يعتمد على الموارد البشرية كونه نشاطا خدمي يختلف عن النشاط الصناعي و الفلاحي و يحتوي على عدة نشاطات متناسقة فيما بينها و كل نشاط يكمل النشاط الآخر و بالتالي فهو نشاط متكامل و الوظائف الإدارية للفنادق تتلخص في أربعة وظائف رئيسية و هي:

التخطيط – التنظيم – التوجيه – الرقابة.

1- وظيفة التخطيط:

تعتبر وظيفة التخطيط من أهم المراحل في الإدارة الفندقية و يقصد بالتخطيط دراسة و اختيار وسائل التنظيم و التوجيه للموارد البشرية و المادية لتحقيق هدف معين في فترة زمنية معينة.

و تتوقف عملية التخطيط على عناصر متعددة أهمها:

- تحديد الهدف و وضوحه
- جمع الحقائق اللازمة لجمع الخطة و تنفيذها
- القدرة على التنبؤ بظروف المستقبل
- اقتراح الحلول المناسبة

تعتمد إدارة الفندق على هذه الصيغة بوصفها النظرة المستقبلية للفندق بتجسيد أهداف الفندق و يتضمن بموجبه و اختيار السياسات من ثم تصميم الإجراءات و البرامج الكفيلة بالوصول إلى الغرض المنشود.

و تهدف وظيفة التخطيط إلى:

- تحديد الأهداف العامة للفندق
- تحديد السياسات بكافة أنواعها أساسية، عامة..الخ
- تحديد البرامج الزمنية التي تنظم تنفيذ العمليات في الفندق.
- تحديد الإجراءات المستخدمة في العمليات الوظيفية في الفندق
- تحديد الميزانيات التقديرية للنشاطات الوظيفية للفندق
- تحديد القواعد لضبط تصرفات الأفراد العاملين في الفندق

فالتخطيط هو مجموعة من القرارات تتعلق بالتصرفات المحتملة مستقبلا و التنبؤ لها بإصدار قرارات الهدف منها آخذ كل الاحتياطيات المستقبلية بهدف استمرارية الفندق و يعتبر عاملا أساسيا لاتخاذ القرارات التخطيطية و بالتالي درجة الدقة في تحقيق النتائج.

و يتطلب التخطيط الناجح الذي يأخذ بعين الاعتبار جميع العوامل سواء كانت داخلية أو خارجية التي من شانها التأثير على المسار المسطر للفندق بإشراك كافة المسؤولين للفندق في العملية التخطيطية أي كان المستوى الإداري الذين يشغلونه.

- التنسيق بين كافة الخطط الفرعية للإدارة الرئيسية و الفرعية في الفندق.
- تنمية المهارات التخطيطية لكافة المستويات الإدارية في الفندق.
- رفع الروح المعنوية وزيادة درجة الرضا عن الفندق.

و أخيرا يمكن استخلاص هذه الوظيفة المتمثلة في التخطيط على أنها وظيفة تمثل ركيزة أساسية تعتمد عليها الإدارة الفندقية في التسيير الأمثل للفندق بالاعتماد على معطيات داخلية للفندق و دراسة المحيط الخارجي المتمثل في منافسين و إعداد خطة ينتهجها الفندق.

2- وظيفة التنظيم:

يقصد بوظيفة التنظيم الوضع الذي تشكل القوى البشرية و الإمكانيات المدية في التهيئة و تحدد العلاقات بينها لبلوغ هدف معين و تحقيقه بكفاية.

يشمل التنظيم الفندقي في تحديد الأدوار و العلاقات لكافة الأفراد العاملين في الفندق مع تحديد واضح للسلطات و المسؤوليات و إنشاء الهيكل التنظيمي للفندق الذي يبين المستويات التنظيمية المختلفة و الصلاحيات و الوحدات التنظيمية المختلفة فيه و يرسم سلوك جميع الأفراد العاملين دون اخذ بعين الاعتبار لمواقعهم التنظيمية علما أن الهيكل التنظيمي للفندق لا يشكل في حد ذاته هدف و إنما أداة تعكس فلسفة الإدارة الفندقية في تحديد الأسس التي من خلالها يتم تحديد مكوناته الرئيسية.

و يعتبر بعض المفكرين على أن وظيفة التنظيم هي " التنظيم علما قائما بذلته له قواعده و أصوله سواء كانت عملية التنظيم جزءا من عملية التخطيط أو منصفة عنها إلا أن التنظيم يعتبر وظيفة إدارية مستقلة".[1]

و هناك عناصر لابد من مراعاتها عند التنظيم و هي:

- تحقيق الأهداف التي تريد الهيئة أو الفندق تحقيقها و يجب أن تكون الأهداف واضحة
- تحديد السياسة العامة و يجب أن تكون السياسة ثابتة إلى حد كبير مع اتسامها بالمرونة
- يستند التنظيم الفندقي على تحديد واضح للعلاقات بين الوحدات التنظيمية للفندق.
- يستند التنظيم الفندقي على ضرورة تقسيم بعض الأقسام فيه إلى أقسام جزئية بهدف إنجاز العمل وضبطه
- يستند التنظيم الفندقي على مجموعة من الموظفين بمختلف مسؤولياتهم و تكون لهم الرغبة في توجيه جهودهم لتحقيق الأهداف المسطرة.
- يقوم التنظيم الفندقي على شبكة من الاتصالات تكفل ترابطه و انسجامه و التكفل بتنمية العلاقات بين مختلف الأفراد و الوحدات فيه.
- يستند التنظيم الفندقي على ضرورة إعادة النظر للوظيفة المتبقية بين الفترة و الأخرى لتحقيق الأهداف المسطرة، و هذا ما تطرقت إليه في النقطة الثانية المتعلقة بالمرونة لوظيفة التنظيم و التأقلم مع المتغيرات الحاصلة.

[1] أبراهيم دروي الإدارة العامة النظرية و ا مارسة ا صرية العامة للكتا القاهرة سنة الطبع 1976 ص 13

3- وظيفة التوجيه:

يقصد بوظيفة التوجيه هو العمل المستمر للإدارة و الذي يلازم تنفيذ الأعمال التي تقرر و يشمل القدرة على استخلاص أكفء النتائج من الاحتكاك اليومي بين الرؤساء و مرءوسيهم على كافة المستويات و القدرة على تركيز كافة الأجهزة في اتجاهات مختلفة تضمن الأهداف المشتركة و التوجيه بوجود الواقع و الحوافز و تتكون وظيفة التوجيه في الفندق من العناصر التالية و هي:

- الاتصال – القيادة – التحفيز.

و قبل التطرق إلى عناصر وظيفة التوجيه لا بد من تحديد طبيعة العلاقة بين التنظيم و التخطيط من جهة و بين وظيفة التنظيم و التوجيه من جهة أخرى و يستند التوجيه في الفندق بعلاقاته بالوظيفة التخطيطية على الدقة في تحديد السياسة التسييرية و الأهداف المسطرة و القدرة على بلوغها كما انه يحكم التوجيه في الفندق تحديد المسؤوليات و رسم العلاقات بين الأفراد و الوظائف بناءا على الهدف التنظيمي للفندق.

و منه فالوظيفة التوجيهية لها علاقة مباشرة بالوظيفة التخطيطية و التنظيمية و أن انعدام وضوح مكونات التخطيط و التنظيم تؤدي إلى صعوبة وظيفة التوجيه.

كما ذكرنا سابقا فان وظيفة التوجيه تعتمد على ثلاثة عناصر و هي:

1- الاتصال:

يقصد بالاتصال إرسال المعلومات من طرف معين إلى طرف أخر و يتطلب الاتصال الفعال ضرورة القيام بتحليل انسياب أنظمة المعلومات و اختيار

طريقة اتصال الأكثر كفاءة لإيصال المعلومات فهي تؤثر على الضيوف و ربحية الفندق.

2- القيادة:

يقصد بالقيادة هي الطريقة التي يمكن من خلالها التأثير على المرؤوسين لكي يمارسوا أعمالهم برغبتهم الكاملة لتحقيق أهداف الجماعة و القائد عليه إن يكون في المقدمة ليبين الطريق للأفراد العاملين تحت إمرته.

إن توجيه جهود الأفراد العاملين كفريق في الفندق من اجل تحقيق الأهداف المسطرة يعتمد أساسا على كفاءة الإدارة الفندقية و مدى قدرتها على ممارسة نشاطها و لا بد أن نشير انه على المديرين و الرؤساء في الفندق أن يتحولوا إلى قادة في منظماتهم الفندقية عندها يمكن ممارسة أعمالهم و أدوارهم بكفاءة عن طريق تحقيق تعاون مرؤوسيهم و الذي لا يتحقق إلا في ظل القيادة.

3- التحفيز:

إن العلاقات الإنسانية توجد حيث وجد الأفراد ينسقون فيما بينهم العمل لتحقيق الأهداف المشتركة، إن دراسة العلاقات الإنسانية في العمل الفندقي يهدف إلى تحقيق أمرين.

- التعرف على أنماط السلوك الإنساني و العلاقات بين الأفراد العاملين في الفندق.
- تحديد سلوك الإدارة الفندقية حول ما يجب اتخاذه من اجل دعم و تطوير التعاون المتبادل بشكل يضمن تحقيق الأهداف المشتركة.

إن النشاط الفندقي نشاط خدمي يعتمد على العنصر البشري باعتباره المحرك الأساسي للعملية الإدارية للفندق و يتميز هذا العنصر تكوين نفسي و اجتماعي يقوم على مجموعة من الميول و الاتجاهات و الدوافع و الفهم و الإدراك.

إن فهم العنصر البشري يتطلب اهتماما مميزا من الإدارة الفندقية بحيث ينبغي أن تدرك أهمية العلاقات الإنسانية كمحرك للسلوك الإنساني و أن استخدام العلاقات الإنسانية كقوة دفع و تأثير على الأداء يتوقف بالدرجة الأولى على فلسفة الإدارة الفندقية تجاه الموظفين فيما يخص نظام الحوافز و نظام الاتصالات.

4- وظيفة الرقابة:

يقصد بالرقابة التأكد من مدى تحقيق النشاط الإداري للأهداف المقررة و المسطرة و تشمل الأعمال التي يتم أول بأول التعرف على مدى مطابقتها للخطة الموضوعة.

إن الرقابة في الفندق في تعبير شامل عن الإشراف و المتابعة و قياس الأداء و تحديد المعايير و مقارنتها بالإنجازات و تقرير أساليب تقويم الانحرافات بتحديد واحد للخطط و النتائج المتوقع الحصول عليها و المحققة و اكتشاف الأخطاء و الانحرافات.

للوصول إلى تحقيق وظيفة الرقابة للمهام التي أنجزت من داخلها لابد من الأخذ بعين الاعتبار النقاط التالية:

- إن نطاق الرقابة يمتد ليشمل كافة الأعمال و التصرفات في الفندق.

- أن المفهوم الحديث للفندق لا يعكس فقط إلى اكتشاف الانحرافات و تصحيحها و إنما توقع هذه الانحرافات قبل وقوعها و اتخاذ كل الإجراءات الملائمة.
- إن نطاق الرقابة يشمل تحديد مراكز المسؤولية عند حدوث هذه الأخطاء و الانحرافات في الفندق.
- إن الممارسة الصحيحة لوظيفة الرقابة يكون بمثابة وسيلة للوصول إلى كشف الإختلالات و تصحيحها.

المطلب الثاني: أهمية الوظائف الفندقية

يعتبر الفندق نشاط خدمي متشعب و متكامل و تربطه علاقات مع عدة قطاعات اقتصادية أخرى لذا فالإدارة الفندقية تسهر على القيام بمختلف هذه النشاطات، حتى يبلغ الفندق أهدافه.

1- تعريف النشاط الفندقي:

يمثل النشاط الفندقي نشاطا خدمي حيث يقوم الفندق بتقديم خدمات متنوعة للنزلاء و غيرهم من العملاء، إلا أن النشاط الخدمي يستلزم أن يباشر الفندق نشاطات إدارية، تجارية و نشاطات مختلفة أخرى لذا فالإدارة الفندقية تتميز عن باقي الإدارات الأخرى في النشاطات الأخرى على أنها نشاط متكامل و متميز تتكون من مجموعة من الوظائف المتناسقة.

و يرى المختصون في الميدان الفندقي و السياحي على انه يمكن إعطاء تعريف متكامل للإدارة الفندقية و المتمثل فيما يلي:

"الإدارة الفندقية عملية متميزة تتكون من مجموعة من الوظائف المتناسقة و هي التخطيط، التنظيم، التوجيه، و الرقابة تمارس باستخدام الموارد المتاحة في

الفندق لتحقيق الأهداف المحددة و رغبات العملاء (الضيوف) و تحقيق الربح و محورها عملية اتخاذ القرارات "[1]

ومن خلال هذا التعريف المتفق عليه و المتكامل نستخلص النقاط الرئيسية و هي:

- الإدارة الفندقية نشاط متكامل تتكون من مجموعة من الوظائف الإدارية المتناسقة فيما بينها، و كل وظيفة مكملة للأخرى، و لها نفس الأهمية و تنتهي لهدف واحد هو إشباع رغبات و حاجات العملاء أو الضيوف و تحقيق مردودية.

- يعتمد النشاط الفندقي أساسا شانه شان باقي الأنشطة الخدمية على كفاءات العنصر البشري حيث تستعين الفنادق بمديرين و موظفين ذوي كفاءات إدارية عملية و مهنية مختصة في المجال الفندقي بهدف إدارة الفندق بأسلوب علمي من اجل تحقيق الأهداف المنشودة و المتمثلة أساسا في جلب اكبر عدد ممكن من النزلاء عن طريق توفير لهم كل وسائل الراحة و تحقيق الأهداف الاقتصادية و بالتالي فالعنصر البشري يعتبر الركيزة الأساسية للنشاط الفندقي.

- الغرض الأساسي من الإدارة الفندقية و تسيير الفندق بطريقة عملية تهدف من وراءها إشباع ميول و رغبات المقيمين بهدف تحقيق ربح مقابل الخدمات المقدمة و منه فالإدارة الفندقية تتميز عن غيرها من الإدارات الأخرى كونها على صلة مباشرة مع العملاء و بقدر ما تكون إدارة الفندق في مستوى تطلعات

[1] ادارة الفنادق و رفع كفاءة انتاجها ، مرجع سابق ص 65

الزبائن و العملاء لتقديم كل التسهيلات و الخدمات الأخرى كلما تحقق الهدف المسطر من طرف إدارة الفندق و بالتالي فالعميل يعتمد المورد الرئيسي للفندق يجب حسن استقباله و القيام بطلباته.

2- أهمية النشاط الفندقي:

إن التنوع و التعدد في الأنشطة الفندقية يكون النشاط الفندقي نشاطا متكاملا يتطلب درجة واضحة من التحليل و التجزئة لعناصر الإدارة الفندقية كون مهمة إدارة الفندق تعتبر معقدة وصعبة نظرا لارتباطها بمجموعة من العلاقات تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في أداء الفندق و قدرته على البقاء و الاستمرار لذا فالإدارة الفندقية لها من الأهمية القصوى للوصول إلى إدارة الفندق إدارة علمية تهدف إلى الوصول إلى رفع كفاءتها الإنتاجية مقارنة بالموارد المتاحة أو المتوفرة و نقصد بهذا ترشيد المواد المتوفرة قصد الوصول إلى الأهداف المسطرة و المتمثلة في تحقيق اكبر عائد للفندق، باحتلال مكانة في السوق و رفع الكفاءات الإنتاجية و التنظيمية للفندق.

بالنسبة لهدف الفندق اتجاه العملاء هو جلب أو خلق اكبر عدد من العملاء بتوفير كل الخدمات الرئيسية الثانوية بأسعار تنافسية و الاستمرارية في تقديم الخدمات بالجودة العالية مقارنة بالفنادق المنافسة لهذا على زبائنها كون الزبون المورد الرئيسي للفندق.

كما أن نشاط إدارة الفنادق بالاتصال اليومي بالموردين الذين يمدون الفندق بكل المستلزمات الضرورية له من سلع غذائية ...الخ. و من أهداف الفندق مهمة تحقيق ضمان استمرارية تزويد الفندق بكل متطلباته بهدف تقديم الخدمات للعملاء و الضيوف.

إن الإدارة الفندقية تتكون من أفراد هدفهم السهر على السير الحسن و التنظيم المحكم للإدارة و يتكون الأفراد من مديرين لمختلف نشاطات الفندق و موظفين يسهرون على التطبيق و التنفيذ، و حتى يتم تحقيق أهداف الإدارة لابد على إدارة الفنادق توفير كل الضمانات الاجتماعية و ضمانات الاستقرار في العمل و تحقيق العدالة كما يتناسب مع سلطة و مسؤولية كل فرد عامل في الفندق.

المطلب الثالث: خصائص النشاط الفندقي

يعتبر النشاط الفندقي من الأركان الأساسية للنشاط الاقتصادي كونه يرتبط بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بالعديد من الأنشطة الاقتصادية الأخرى و يتمثل نشاط الفندق في:

- خدمة الإقامة للنزلاء
- خدمة تقديم الأغذية و المشروبات للمقيمين بالفندق
- خدمة إقامة الحفلات و الندوات و المؤتمرات في القاعات المخصصة لها.
- تقديم الخدمات للنزلاء من محلات مختلفة الهدف من إنشائها هو تقديم كل التسهيلات و الخدمات الضرورية لنزيل أثناء مكوثه بالفندق.
- توفير الاتصالات السلكية و اللا سلكية و توفير نشاطات مختلفة كالنادي الليلي...الخ.

من خلال الخدمات التي يقدمها الفندق للنزلاء يتضح أن للفندق خصائص ينفرد بها عن باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى و يمكن حصر خصائص النشاط الفندقي في النقاط التالية:

1- النشاط الفندقي نشاط خدمي:

يتميز النشاط الفندقي عن باقي النشاطات التجارية الأخرى أو الصناعية أو الزراعية على كونه نشاط خدمي يقوم بتقديم كل الخدمات الرئيسية من إيواء و خدمات فرعية من مآكل، الشراب...الخ، للنزلاء مقابل اجر معلوم.

2- تنوع الأنشطة الفندقية:

لا تعتبر خدمات الإيواء و الإطعام الخدمات الوحيدة التي يقدمها الفندق للنزلاء بالإضافة إلى المهمة الرئيسية الذي انشأ من اجلها الفندق إلا أن مع التطور الحاصل في المجال الفندقي و السياحي بصفة عامة أصبح الفندق يقدم خدمات أخرى عن طريق إنشاء وكالات سياحية، بنوك، مصارف و محلات تجارية...الخ بالإضافة إلى اتصاله بمجموع الموردين قصد تمويل الفندق بكل مستلزماته و بالتالي فالفندق يزاول نشاط تجاري بعد نشاطه الرئيسي فهو النشاط الخدمي.

3- موسمية النشاط الفندقي:

يتسم النشاط الفندقي بالموسمية، فهو ليس نشاطا ثابتا في حجمه على مدار الفترة المحاسبة، حيث يزداد إقبال النزلاء في فترات زمنية و يرتفع بذلك نشاط الفندق و ينخفض في فترات زمنية أخرى، و يرجع أسباب ارتفاع و انخفاض النشاط الفندقي في عدة أسباب أهمها الموقع، المناخ، و عوامل أخرى، حيث يرتفع إقبال السياح على فنادق السواحل خلال فترة الصيف، وينخفض في فصل الشتاء.

4- الموارد البشرية:

يعتمد النشاط الفندقي على العنصر البشري شأنه شأن باقي الأنشطة الخدمية الأخرى، حيث تستعين الفنادق بمديرين ذوي كفاءات إدارية و عملية و مهنية عالية، و موظفين مدربين و مؤهلين من طرف معاهد و مدارس متخصصة في هذا المجال بهدف تسيير الفندق بأسلوب علمي يتماشى و متطلبات الزبائن و العملاء، و نستنتج أن اليد العاملة المتمثلة في المدراء و الموظفين على اختلاف مستوياتهم هم الركيزة الأساسية لإدارة الفندق .

5- التعاملات النقدية السريعة:

يتميز النشاط الفندقي عن باقي الأنشطة الأخرى كونه يتم التعامل في أغلب الأحيان مع الزبائن و العملاء نقدا، فالتعاملات بين الفندق و العملاء هي أساسا تعاملات نقدية تتسم بالسرعة، فالمقيم أو النزيل يتعامل مع إدارة الفندق لفترة محددة بمدة الإقامة على أنه يتم تسديد مدة الإقامة و مختلف الخدمات الأخرى قبل مغادرته الفندق.

6- التجديد:

أن التميز للنشاط الفندقي عند باقي الأنشطة الخدمية الأخرى كون أن الأصول الثابتة للفندق يتم اهتلاكها محاسبيا بنسب مرتفعة و يتم تجديدها على فترات متوسطة بهدف الحفاظ على سمعة الفندق و إرضاء النزلاء.

7- تقسيم النشاط الفندقي إلى مراكز أقسام:

نظرا لتنوع الأنشطة الفندقية و للوصول إلى تحقيق الأهداف المسطرة للفندق، يتم تقسيم النشاط الفندقي إلى مراكز إنتاجية و المتمثلة في المراكز الربحية، مراكز للتعلقة و مراكز خدمية، وتنقسم المراكز الرئيسية إلى مراكز فرعية

الهدف من إنشاء هذه الفروع هو توزيع المسؤوليات للوصول إلى تعظيم الأهداف المسطرة للفندق و تلبية الخدمات للنزلاء.

و أخيرا يمكن إستنتاج أن النشاط الفندقي له مميزات و خصائص تختلف عن باقي الأنشطة الاقتصادية الأخرى.

المبحث الثالث: تحليل الخدمات الفندقية

نتطرق في هذا المبحث إلى تحليل الخدمات الفندقية باعتبار أن النشاط الفندقي يتميز من حيث الوظائف التي يقوم بها عن باقي الأنشطة الأخرى ، و تناول في المطلب الأول عن مميزات الخدمات باعتبارها غير ملموسة بطبيعتها و الهدف من تقديمها هو إشباع رغبات الزبائن و العملاء، و نتطرق في المطلب الثاني إلى تحليل الخدمات في أشكالها المختلفة لتميزها عن باقي الخدمات الأخرى، و أخيرا نتناول مزيج الخدمات الفندقية، التي لها تأثير مباشر على السياسة المتبعة من طرف إدارة الفندق فكلما كانت الخدمة في مستوى كلما اقتنع الزبون بالخدمات المقدمة إليه.

المطلب الأول: مميزات الخدمات

الخدمات عبارة عن نشاطات متميزة و غير ملموسة بطبيعتها تقوم بإشباع حاجيات و رغبات العملاء، و ساعد التطور التكنولوجي الحاصل في تطور الخدمات، كون الفندق أسبح يقدم خدمات مختلفة في كافة الميادين، من إيواء، إطعام، خدمات مصرفية، و بريدية، خدمات تجارية .....الخ

و بالتالي فإن التطور الفندقي عبر العصور تنوعت الخدمات المقدمة للنزلاء أو العملاء و يرى المتخصصين في الميدان الاقتصاد يأن الخدمات يمكن تعريفها على الشكل التالي:

" الخدمة هي أي نشاط أو أداء يمكن لطرف أن يقدمه لطرف أخر ، ومن الضروري أن يكون غير ملموس ، ولا ينتج عنه أي نقل للملكية ، و إنتاجه قد يرتبط بالمنتج المادي أولا يرتبط به[1]

من خلال التعريف يتضح لنا ما يلي:

- إن الخدمة أداء و نشاط ليس شيئا ماديا و لا ملموس.
- تتطلب الخدمة وجود طرفين، طرف يقدم الخدمة و طرف آخر يتحصل عليها.
- الخدمة غير ملموسة و لا يمكن إدراكها و الإحساس بها
- لا ينتج عن أداء الخدمة نقلل ملكية
- إنتاج الخدمة قد يصاحب سلعة مادية ملموسة

و حسب Horouitz يعرف الخدمة على أنها:

"الخدمة هي محصلة التدخل في العلاقات بين العناصر الثلاثة الأساسية لنظام إنتاج الخدمة و المتمثلة في الزبون ، الأعوان ، الدعم المادي هذه المحصلة هي التي تكون الربح الذي يمكن من إرضاء الزبون " [2]

انطلاقا من التعريفيين نلاحظ أن الزبون هو العنصر الأول في إنتاج الخدمة، فالعميل يقدم مثلا للفندق لإقامة معينة قد تكون يوم أو عدة أيام و بالتالي هو الذي يطلب الخدمة، وبدون الزبون لا معنى لها، و منه نستخلص أن الزبون لا يعد مستهلكا للخدمة فقط، و مشاركته لا تكون فعالة إلا إذا كان الأعوان يتحملون كما ينبغي المهام التي أوكلت لهم فالعامل البشري يعتبر العامل الرئيسي لتلبية الخدمة، بالإضافة إلى الدعم المادي المتمثل في الوسائل التي بواسطتها يتم تقديم الخدمة.

---

[1]KOTLER Marketing management 7 éme édition page 501
[2]jacque HOROUITZ la qualité des services page 22

إن الصناعة الفندقية تقوم على خدمات رئيسية وأخرى ثانوية ومن الخدمات الرئيسية التي يقوم بها الفندق هي:

- الإيـواء و وسائل الراحة.
- الطعام
- الشـراب

و التشكيلات الأساسية من هذه العناصـر التـي يقدمها الفنـدق تبين أن المقصـود لـيس فقط تقـديم الخـدمات الرئيسـية المـذكورة، وإنمـا تتعـدى الخـدمات إلـى تقـديم خـدمات أخرى تعتبر تكملة للخدمات الرئيسية لتكون أكثر جاذبية من خلال تصميمها بجو عام يتسم بالدفـء و الصداقة و الثقـة المتبادلـة بين الفنـدق و عملائـه، و بالتـالي تتم تعزيـز الصورة المرسومة للفندق ليتم تحقيق أهداف و غايـات مشـتركة و تعزيـز اسـتمرارية هذه العلاقة فالخدمات الفندقية المقدمة للعملاء من خـلال حسـن ضـيافتهم و تـوفير لـهم شـروط الراحـة بالإضـافة إلـى تقديم خدمات جانبيـة أو ثانويـة كـالمحلات التجاريـة أو وكالات السفر...الخ تهدف إلى جـذب أكبر عدد من الزوار في ظل المنافسة.

المطلب الثاني: تحليل الخدمات في أشكالها المختلفة

.تتميز الخدمات كما تطرقنا إليه سابقا بعدم ملموسيتها و غير ناقلة للملكية و ضـرورة وجـود طـرفين لأداء الخدمـة، وبالتـالي فهـي متميـزة، و كـون النشـاط الفنـدقي نشـاط خـدمي ينفـرد عـن بـاقي الأنشـطة الخدميـة الأخـرى فـإن مميـزات خاصـة والمتعلقـة بالعملاء لأن الزبون الذي يريد الحصول علـى الخدمـة هو المـورد الرئيسـي للفنـدق و منه فإن كلما كانت الخدمات الفندقية ذات جودة و نوعية كلما زادا لإقبال على الفندق، ولأداء الخـدمات يعتمـد الفنـدق علـى مـد راء و مـوظفين علـى اخـتلاف مسـتويات مسئوليتهم مدربين ومؤهلين من طرف معاهد مختصة في المجال الفندقي.

ونستخلص أهم المميزات الأساسية للخدمات الفندقية على سبيل المثال لا سبيل للحصر، كون الخدمات متعددة و متنوعة و أهمها:

1- **خدمات فورية:**

إن الخدمات الفندقية خدمات فورية يتم تقديمها للعميل أو الزبون بمجرد وصوله إلى الفندق، أو قبل وصوله بتقديم الخدمة عن طريق الهاتف في حالة متخص ما يريد أو يرغب الإقامة في الفندق، فالفندق ينفرد عن باقي النشاطات الخدمية الأخرى كونه يقدم خدمات فورية، وهذا ما يميزه في تسويق الخدمة عن غيره.

2- **عدم قابليتها للمس:**

إن طبيعة الخدمات أنها غير ملموسة فإنه من المستحيل على الزبون أو الحاصل على الخدمة أن يمس أو يتذوق أو يقدر مستوى الخدمة قبل وقوعها ،و قبل تقديمها أو شراءها أو حصولها ، فالعميل بمجرد وصوله للفندق يتحصل على خدمات فورية من الاستقبال إلى الإقامة مرورا بخدمات أخرى قد يطببها أو لا يطلبها، فالعميل يمكنه استعمال الهاتف من الغرفة للاتصال بالمشرف على الاتصالات بالفندق ، وبذلك فهو يطلب خدمة أو عند وصوله للفندق يتم حمل حقائبه دون طلب خدمة، وعليه فالخدمات المقدمة لا يمكن ملامستها أو معرقة جودتها .

3- **سرعة التلف و تذبذب معدلات الطلب:**

يستحيل تخزين الخدمات الفندقية كونها سريعة الهلاك و الفساد، وكذلك فإن أسواقها و معدلات الطلب عليها متذبذب بين فترة و أخرى، فالخدمات الفندقية فورية و لا يمكن تخزينها و تتسم معدلات الطلب على الخدمات بعد الاستقرار

نظرا لطبيعة النشاط الفندقي الذي يتميز بالاستقرار على مدار فترة المحاسبة حيث يزداد الإقبال على الخدمات الفندقية في فترات زمنية وينخفض الطلب في فترات زمنية أخرى كما هو الحال في السياحة الموسمية ونستنتج أن الطلب على الخدمات الفندقية يتأثر بمستوى النشاط الفندقي.

4- **التباين:**

إنه من الصعب تقديم الخدمات من نفس المستوى، فنجد أن كل وحدة منتجو من الخدمات تختلف عن باقي الوحدات المنتجة بشكل نسبي مما جعل من الصعب وضع معايير ثابتة وإتباعها في إنتاج الخدمات و يزداد الأمر تعقيدا بسبب عدم القدرة على التحكم على جودة الخدمات قبل تقديمها، فالخدمات الفندقية تتميز على أنها تختلف نسبيا ، فالموظف في الفندق و الذي يقدم الخدمات للزبون يقدمها زميله لزبون أخر باختلاف نسبي لذا تلجأ الإدارة الفندقية إلى استخدام أساليب علمية و عملية عن طريق دورات تكوينية و تدريبية للموظفين من أجل تقديم أفضل الخدمات .

5 - الملازمة:

لا يمكن فصل الخدمة عن مقدمها أو منتجها كون الخدمة ملازمة له و يعتبر مقدمها أو المنتج جزء لا يتجزأ من الخدمة، فالموظف في الفندق يقدم الخدمة للزبون و بدونه لا يمكن تقديم الخدمة، و المقيم في الفندق إذا أراد الحصول على خدمات كطلب وجبة غذاء يستعين بالموظف لطلبها و بدونه لا يمكنه الحصول عليها، فالخدمات ملازمة لمنتجها، و العامل أو الموظف في الفندق هو أساس الخدمة.

6- الاعتماد على ثقة المشتري:

إن عدم قابلية الخدمة للاتصال عن المنتج، وعدم قابليتها للمس، تجعل بائع الخدمات يعتمد بشكل كبير على ثقة المشتري و إخلاصه كون الحصول المقدمة يتم دفعها بعد الحصول عليها ، ولا يمكن معرفة جودة الخدمة قبل الحصول غليها ، فالزبون يطلب خدمات من الفندق أثناء مكوثه و فترة وجوده بهدف إشباع رغباته و ميوله وكلما وفق الفندق في حسن ضيافة المقيم كلما زادت الثقة بين الفندق و الزبون .

من خلال الخدمات الفندقية المميزة عن باقي الخدمات الأخرى فإن وظيفة الفندق هي تقديم خدمات مختلفة للزبون بهدف الوصول إلى تحقيق رغباته و ميوله هذا من جهة و من جهة أخرى الوصول إلى تحديد حاجات و رغبات و تفصيلات السوق المستهدف عن طريق تقديم ما يوافق الحاجات و توقعات لأحداث السلوك المرغوب لدى العملاء بشكل فعال و كفاءة عالية و بطريقة تعزز أهداف الأفراد و الفندق.

المطلب الثالث: *مزيج الخدمات الفندقية*

إن وظيفة الفندق هي تحديد حاجات و رغبات و تفصيلات و ميول العملاء و تقديم ما يوافق الحاجات و التوقعات عن طريق تحسين نوعية الخدمات المقدمة.

عادة ما تواجه إدارة الفندق من الأسئلة التي تحتاج لإجابات شافية منها على سبيل المثال من هم الأشخاص الذين يقدمون في الفندق ؟ أو الأشخاص الذين يشترون خدماته ؟ و لماذا يقيمون و يشترون خدماته؟ ما لذي يؤثر على اختياراتهم للفندق

على الغير؟ نجد أن الخدمات الفندقية لها تأثير مباشر على السياسة أو الاستراتيجية المتبعة و المنتهجة للفندق فكلما كانت الخدمة في المستوى كلما أقتنع العملاء بالخدمات المقدمة و كل ما يحتاجه مسؤول التسويق في الفندق هو الموافقة و التوجيه العناصر التسويقية لتحقيق أهدافه من خلال تقديم ما يحقق إرضاء العملاء بطريقة أحسن و أفضل مما يقدمه المنافسين في السوق.

إن مزيج الخدمات التسويقية للفندق يتركز على سبعة عناصر أساسية و هي:

ـ تحديد الخدمية ـ تحديد أسعار الخدمات ـ التوزيع ـ تزويج الأفراد العملية

1ـ السلعة الخدمية:

يتوجب على الإدارة الفندقية اختيار الإستراتيجيات المناسبة و الملائمة فيما يخص طبيعة الخدمات المراد تقديمها و مدى تنوع هذه الخدمات. و ما يقدمه الفندق لضيوفه يعتبر مزيج من السلع و مصادر الإشباع العاطفية أو الوجدانية الحسية مثل الجو العام للفندق و ما تنطوي عليه أفكارهم و توقعات وكذلك الصورة الذهبية التي يرسمها الفندق في أذهان العملاء المقيمين و المرتقبين فالخدمات المقدمة من طرف الفندق تساهم بشكل كبير في رسم الصورة الذهبية للفندق لدى العملاء ة كلما كانت الخدمة مهما كان نوعها في مستوى تطلعات الضيوف كلما حقق الفندق الأهداف المسطرة.

2ـ ـتحديد أسعار الخدمات:

يعتبر السعر من أهم الجوانب في تسويق الخدمات و التي تحتاج إلى ممارسات إبداعية و متميزة من جانب منتج الخدمة في غالب الأحيان السياسة التسعيرية تتجه عموما نحو تحديد تسعيرة الغرف أسعار الطعام و الشراب وكذلك وسائل

الترفيه و الخدمات المساندة من محلات تجارية وكالات سفر و السياحة بالإضافة إلى خدمات بريدية و بفكية حسب الغرض و الطلب حيث يتم الأخذ بعين الاعتبار تأثير السعر على مستويات الطلب و الصورة المرسومة للفندق فالتسعيرة في الفنادق الضخمة تحدد وفق الخدمات المقدمة و كذلك الأخذ بعين الاعتبار في تحديد السعر أسعار الفنادق من نفس الدرجة.

3- التوزيع:

إن الميزة التي تتميز بها الخدمات المتمثلة في عدم قابليتها للتخزين فإنه يتم توزيع الخدمة فور إنتاجها نظرا لسرعة التلف و للحفاظ على مستوى عالي من الخدمات تقوم الإدارة الفندقية باستخدام وسطاء لتوزيعها.

4- الترويج:

إن الترويج في الخدمات الفندقية يهدف إلى عرض الخدمة بمظهر وشكل جذاب فإن النتيجة المتوقعة هي أن البيع الشخصي و الإعلان و العلاقات العامة يتم استخدامها بشكل مكلف في ترويج الخدمات حيث يهدف ترويج الخدمات إلى تحقيق:

- عرض الخدمة بمظهر جذاب من أجل جلب الزبائن.
- التمايز في تقديم الخدمة عن باقي الفنادق الأخرى المنافسة
- بناء سمعة طيبة للفندق على المدى البعيد.

إن استعمال الترويج كوسيلة في الفندق يهدف نوعية و إحداث تغيير فيسلوك العملاء الحاليين و المرتقبين للإقبال على الحصول على الخدمات الفندقية من خلال البيع الشخصي، الإعلان، العلاقات العامة، الداخلية... وغيرها من الوسائل الترويجية الأخرى المستعملة في السياسة العامة للفندق.

5- الأفراد :

يعتبر الأفراد ركنا أساسيا في تقديم الخدمة كون القطاع الفندقي يتميز عن باقي الأنشطة الأخرى بالاعتماد الكلي على العنصر البشري في نشاطه.

6- الدليل المادي:

يشتمل هذا العنصر على البيئة المادية كالأثاث و السلع التسهيلية التي تساعد على تقديم السلعة مثل سيارات الأجرة و الشواهد الملموسة كاستخدام الإشارات و الملصقات من قبل وكالات السفر و السياحة بالإضافة إلى المحلات التجارية التي تنشط داخل الفندق .

7- العملية :

سلوك الأفراد و الجامعات في تنظيمات الخدمات هي عملية أساسية كذلك أهمية العملية التي يتم فيها تقديم الخدمة و يقصد بهذا كيف يقوم النظام المتكامل بالعمل ؟

و ما هي السياسات و الإجراءات المتخذة المتبعة ؟

و نستنتج أن سلوك الأفراد يقصد به الموظفون و العملاء على حد سواء في كيفية تقديم و ما تقبلها

خلاصة الفصل

يعتبر النشاط الفندقي نشاط اقتصادي يهدف إلى تحقيق مر دودية اقتصادية، و تطرقنا في هذا الفصل إلى مفهوم الفندق و إعطاء تعريف شامل له بالإضافة إلى التطرق إلى تصنيفاته المتعددة وأهميته، و باعتبار أنه نشاط خدمي يقدم خدمات الإيواء، الطعام، و الشراب فان الإدارة الفندقية تلعب دور هام في تنظيم عمل الفندق و توجهيه، وتسطير الأهداف من أجل بلوغه بحكم أنه النشاط الفندقي يصله مباشرة مع الجمهور، و باعتبار العملاء المصدر الوحيد الذي يعتمد عليه الفندق، و للفندق خصائص تختلف عن باقي الأنشطة الخدمية، لذا فمن الضروري إعطاء أهمية لهذا النوع من النشاط الذي يعود بالفائدة على الجميع.

الفصل الثالث

دور النشاط الفندقي
في التنمية

مقدمة الفصل:

يشغل موضوع التنمية اهتمام الخبراء ومفكري العالم، ففي حين تتقدم الدول الصناعية بخطوات ثابتة على طريق التقدم الاقتصادي، تتعثر الدول النامية في تنفيذ خططها الأثر الذي يؤدي إلى اتساع الفجوة بين الدول المتقدمة والدول النامية.

إن التنمية حصيلة تفاعلات سياسية اقتصادية اجتماعية إدارية متداخلة، فالتنمية عملية تغير شاملة متكاملة وديناميكية والتغير الاقتصادي يترتب عليه تغير اجتماعي سياسي، إذ إن العوامل السياسية لها دور جازف في وضع وتنفيذ السياسات التنموية وفي إعداد خطط التنمية الشاملة، حيث تعتبر القاعدة الأساسية الأكثر وضوحا في سياسات الحكومات وفي محاولاتها إحداث تغيرات جذرية وفي مختلف القطاعات ومحاولة الانتقال بهذه القطاعات نقلة نوعية تساعد على تحقيق مستويات المعيشة جيدة للأفراد وبالتالي فالتنمية هي عملية حضارية تمثل نقلة نوعية في كافة المجالات وهذه العملية لها أبعاد اقتصادية إدارية اجتماعية ثقافية وسياسية بمثابة النهوض الشامل بكافة القطاعات الإنتاجية مع التركيز على قطاع الموارد البشرية وتنميتها وتحقيق متطلباتها.

إن التطور والازدهار الذي عرفته الصناعة الفندقية عالميا، خاصة خلال العقود القليلة الماضية وكذلك على المستقبل الواعد، والمساهمة الفعلية والمرتقبة للصناعة الفندقية في الاقتصاد العالمي كون الصناعة الفندقية تلعب دورا جازف في التنمية الشاملة للدولة فهي بحكم ترابطها بعدة قطاعات أخرى تساهم في تحقيق الرقي الاقتصادي وتحقيق التنمية الاجتماعية، الثقافية، والسياسية.

المبحث الأول: دور النشاط الفندقي في التنمية السياحية .

يلعب النشاط الفندقي دور فعال و رائد في التنمية السياحية باعتبار أن المناطق السياحية تقع في الغالب خارج المدن ، بذلك يستوجب القيام بتطوير هاته المناطق السياحية بإقامة فنادق و مركبات سياحية قريبة من المناطق السياحية حتى يوفر للسائح أو الزائر كل متطلبات الإقامة و أسباب الراحة ، بالإضافة إلى تنشيط الحركة الإقتصادية بالمنطقة، و نتطرق في هذا المبحث إلى دور النشاط الفندقي في التنمية السياحية ، الأثرية و التاريخية.

المطلب الأول: تنمية المناطق السياحية.

إن ازدياد الحركة السياحية العالمية على وجه العموم، وزيادة الرغبة لدى الأفراد في الانتقال من مكان إقامتهم إلى مناطق سياحية من سواحل وجبال، فان السائح ينتقل من مكان إلى مكان آخر لفترة تزيد عن 24 ساعة، فانه بالتأكيد يحتاج إلى مأوى بعيد عن مكان إقامته، المكان الذي يوفر له هذه الخدمة والمتمثل في الفندق، فالفنادق تلعب الدور الأول بل الرئيس في تنمية السياحة، فالسائح مهما كان نوعه يقضي أكبر مدة في الفنادق، ومع تزايد وتطور للفنادق في عصرنا الحالي باستمرار وبصورة تدريجية بكافة أنواعها وأشكالها، حيث ساهمت في تطور هذا النوع من الصناعة تزايد انتقال الأفراد من مكان إلى مكان آخر بهدف السياحة والاستجمام أو بهدف العمل، كما أن زيادة الوعي الثقافي للأفراد وازدياد الرغبة لديهم في زيارة المدن والبلدان، وتنامي حركة التجارة والصناعة والزراعة التي رافقتها زيادة في تنقل رجال العمال من بلد إلى بلد آخر.

إن الخدمات الفندقية لم تعد مقتصرة في الإيواء فحسب بل ثمة خدمات الطعام والشراب وخدمات تكميلية أو مساعدة وتشمل هذه الخدمات، خدمات التسلية والترفيه، والخدمات الصحية وخدمات الاتصالات والخدمات المصرفية...الخ، كل هذه الخدمات المقدمة من طرف إدارة الفندق تهدف إلى جلب أعداد من العملاء كونهم المورد الرئيسي للفندق، ويلعب النشاط الفندقي دور ريادي في تنمية المناطق السياحية، فلا وجود لمناطق سياحية بدون فنادق، كون الفندق يجلب إليه العملاء من سياح أجانب أو سياح البلد، بحيث لا يمكن تصور مناطق سياحية بدون فنادق تأوي الزوار على اختلاف جنسيتهم، فالسائح غالبا ما يذهب إلى مناطق سياحية بغرض الاستجمام و بدون توفير له فنادق تقدم له خدمات الإيواء وخدمات أخرى، فهناك فنادق تنشأ في المنتجعات والتي تقع قرب الجبال أو قرب ينابيع المياه المعدنية أو قرب البحيرات أو الشلالات أو بقرب السواحل هاته الفنادق مخصصة بصورة رئيسية لإيواء طالبي الترفيه والاستجمام أو لأغراض صحية، حيث توفر لهم الخدمات التي يطلبونها من مسابح وملاعب رياضية وخدمات بريد وهاتف ومطاعم وخدمات أخرى. فيما يخص الفنادق الواقعة على السواحل، الهدف من إنشاءها هو إيواء وتلبية خدمات أخرى لسياح على اختلافهم أثناء فصل الصيف وتنمية هاته المناطق السياحية، كما هو الحال بالنسبة للفنادق والمركبات السياحية التي تزخر بها الجزائر كمركب سيدي فرج، مركب زرالدة بالعاصمة، مركب الأندلس بوهران، مركب سياحي بعنابة، بحكم شساعة الشريط الساحلي الممتد من الشرق إلى الغرب، كما أن النشاط الفندقي يلعب دور ريادي في تنمية المناطق السياحية الموجودة في المناطق الداخلية والجبلية فالفنادق الموجودة في المرتفعات الجبلية نوعان: النوع الأول يخص المحطات المعدنية التي يقصدها السائح غالبا لأغراض صحية أو للاستجمام كما هو الحال بالنسبة للمحطة المعدنية لحمام بوحجر والمحطة المعدنية حمام ريغة والمحطة المعدنية لبوحنفية، فيتم إنشاء فنادق ومنازل لإيواء الزبائن

لفترات متباينة، والنوع الثاني من الفنادق الموجودة المرتفعات الجبلية الشتوية الباردة، وتقع غالبا في المناطق الباردة، تخصص فيها فنادق لإيواء السياح الذين يقصدونها لأغراض الترفيه والاستجمام. فالفندق يعتبر بمثابة الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها القطاع السياحي، ولا وجود للسياحة بدون فنادق، ولا وجود للفنادق بدون سياحة، كما أن كلا من الفنادق والسياحة شديدتا الحساسية لأية أحداث سياسية، فالأزمات وخطر الحرب تؤثر على الفنادق، والسياحة والأمن والاستقرار يساعد على تنشيط السياحة وملئ الفنادق بالسياح الأجانب والمحليين وبالتالي تأثيرها على الوضع الاقتصادي للبلد.

ونستخلص من أن للنشاط الفندقي دور هام في تنمية السياحة والمناطق السياحية وذلك عن طريق إنشاء فنادق تقوم بإيواء النزلاء وفك العزلة عن تلك المناطق ويمكن حصر أهمية النشاط الفندقي في النقاط التالية:

- تنمية المناطق الساحلية بإنشاء فنادق ومركبات سياحية تأوي السياح على اختلاف أنواعهم خلال الفترات الصيفية.
- تنمية المناطق الداخلية والجبلية التي تقع بها حمامات معدنية بإنشاء فنادق ومركبات معدنية للأغراض الصحية والاستجمام.
- تنمية المناطق الجبلية في المرتفعات الباردة بهدف تطوير السياحة الشتوية.
- بإنشاء الفنادق والمركبات السياحية بهذه المناطق فهي تساهم في فك العزلة، وتنشيط الحركة السياحية.
- تساهم في التنمية الاقتصادية ويتم ذلك بتنشيط الحركة السياحية والتجارية للمنطقة.
- تساهم في تمركز السكان بالمناطق السياحية.
- تساهم في تنشيط الحركة الاجتماعية عن طريق الاحتكاك المباشر لأهل المنطقة والوافدين إليها.

المطلب الثاني: تنمية المناطق التاريخية والأثرية:

تعتبر المناطق التاريخية والأثرية من أهم مجالات السياحة التقليدية، فزيارة السائح للأماكن الأثرية تمثل عناصر جذب واهتمام سياحي لعدد كبير من السياح في عصرنا، وقد أولت الدول بما فيها الجزائر أهمية بالغة لهذا النوع من السياحة لما له من تأثير على الجانب الاقتصادي، ويساهم النشاط الفندقي في تنمية المناطق التاريخية والأثرية مساهمة فعالة، بحكم ما لهذه المناطق من أهمية حضارية وتاريخية، فهي تمثل مختلف الحضارات التي تعاقبت على الدول عبر العصور، وتعطي هذه المواقع نظرة للمجتمع الذي يكون المنطقة من حيث المعتقدات، القيم، الاتجاهات، العادات والتقاليد التي تربط المجتمع، وبإنشاء فنادق ومركبات سياحية قرب المناطق التاريخية تساهم في تنمية هذه المناطق بحكم أن أغلبها تقع خارج المدن، وفي مناطق معزولة أحيانا، فالسائح الذي يريد زيارة المناطق الحضارية يشترط توفر وسائل النقل المختلفة بالإضافة إلى وسائل الراحة والترفيه من إيواء، طعام، شراب و وسائل تكميلية من خدمات بريدية، بنكية وخدمات أخرى تكون بمقربة من هذه المناطق حتى يتسنى له زيارة كل المواقع والتمتع بها، وبعدم توفر كل أسباب الراحة من فنادق و وسائل النقل لا تشجع السائح لزيارتها.

إن تعاقب الحضارات على الجزائر على مر العصور جعل منها منطقة أثرية وتاريخية تجلب إليها عدد كبير من السياح حبا للتمتع بهذه المناطق واكتشافها كما هو الحال في مدينة تيبازة فهي تزخر بمواقع أثرية تعود إلى عهد الرومان وجعل منها قطب سياحي هام، وبإنشاء فنادق على مقربة من هذه المواقع ساهمت بشكل هام في تنميتها وازدهارها، حيث توفر كل وسائل الراحة من إيواء وطعام وشراب، وخدمات ثانوية تشجع السياح الذين تكون لهم الرغبة في زيارتها وتكون بمثابة تشهير بالحضارة التي تزخر بها المنطقة، كما أن اتساع مساحة الجزائر جنوبا كون أن

أربعة أخماس الجزائر صحراء لا تقل أهمية من الشمال من حيث المواقع التاريخية والأثرية فمنطقة الآهقار ما هي إلا عينة عن كثرة المواقع التاريخية في الجزائر، وتعتبر هذه المنطقة من أهم المعالم التي تزخر بها الجزائر، بحكم الآثار والشواهد على مرور وتعاقب حضارات عليها، وتمثل قطب سياحي هام، وبإنشاء فنادق بهذه المناطق ما هو إلا لهدف واحد هو تنميتها وتطويرها، وذلك بحكم بعدها الجغرافي، يستوجب توفير كل أسباب الراحة للسياح الأجانب خاصة أن هذه المناطق تعد بالشيء الكبير لتطوير القطاع السياحي الجزائري، فلا بد على إدارة الفنادق التنسيق مع مختلف الهيآت سواء كانت عمومية أو خاصة لتطوير هذه المناطق من وكالات سياحية التي تعمل على جلب أكبر عدد من السياح، وكذلك ديوان الوطني للسياحة لهدف واحد هو تنمية المناطق التاريخية والتراثية ولا يكون إلا بتظافر جهود الجميع.

ونستخلص من تطرقنا لدور النشاط الفندقي في تنمية المناطق التاريخية والتراثية أنه دور هام جدا ويمكن ذكره كما يلي:

- تسهيل تنقل السياح للأماكن التاريخية والأثرية.
- توفير وسائل الراحة من إيواء، مطاعم وخدمات أخرى.
- التنسيق مع الوكالات السياحية للعمل على جلب أكبر عدد من السياح.
- فك العزلة عن المناطق التاريخية والتراثية بحكم تواجدها خارج المدن وفي المناطق البعيدة.

المطلب الثالث: اثر النشاط الفندقي على القطاع السياحي

تعتبر السياحة ظاهرة إنسانية وصناعة كبيرة، ولها مكانة بارزة في الاقتصاد منذ أقدم العصور، إلا أن تنشيط السياحة وتصنيفها، وتنوعها وتطورها قد أخذ شكلا مختلفا منذ نهاية القرن التاسع عشر، وبداية القرن العشرين، نتيجة للتطور الهائل في وسائل النقل مما جعل عملية السفر ميسورة.

والواقع أن الأنشطة السياحية تشابكت وتعقدت، حيث أصبحت تتطلب وسائل الاتصال والنقل من موانئ ومطارات وموارد بشرية مدربة ومؤهلة لتأدية مهامها بالإضافة إلى وسائل الإيواء من فنادق، حيث تعتبر الفنادق من الركائز الأساسية التي يعتمد عليها القطاع السياحي، فلا وجود لسياحة بدون توفر فنادق، فالصناعة الفندقية تعد من أكبر الصناعات في العالم توليدا لفرص العمل، وتعتبر إحدى المعالم الأساسية في الضيافة والوفادة، فبدونها لا توجد ضيافة فهي بذلك إحدى المستلزمات الضرورية للحضارة الحديثة، ولا يمكن لأحد أن يتصور بلد متحضر وبلد سياحي بدون وجود نظام فندقي يسمح بإقامة المسافرين والسواح الذين يتنقلون يوما بعد يوم في كل أنحاء العالم للاستجمام أو لأغراض أخرى.

و بحكم النشاط الفندقي نشاط اقتصادي ونشاط خدمي فانه قطاع مرتبط مع عدة قطاعات اقتصادية أخرى منها القطاع السياحي الذي لا يمكن الفصل بينهما لأن كلاهما يكمل الآخر، حيث لا يمكن تصور قطاع فندقي بدون سياحة أو قطاع سياحي بدون فندقة.

إن بتوفر فنادق ومركبات سياحية تقوم بتلبية متطلبات السواح الأجانب أو المحليين من خدمات الإيواء، والطعام والشراب وخدمات تكميلية من محلات تجارية ووكالات سفر، كل هذه الخدمات بهدف واحد هو تلبية رغبات الزبائن وتتم هذه الخدمات من طرف موظفين على اختلاف مستويات مسؤوليتهم مؤهلين ومدربين لذلك ويؤثر إيجابا على التدفق السياحي، فكلما كانت الخدمات المقدمة ترضي الزبائن وبأسعار معقولة كلما زاد نشاط الفندق وبالتالي يتأثر النشاط السياحي بالإيجاب، أما إذا كانت الخدمات المقدمة للزبائن من طرف الفندق رديئة وبأثمان غالية يؤدي حتما إلى انخفاض لنشاط الفندق وبالتالي يؤثر سلبا على النشاط السياحي، وبالتالي فهي علاقة تناظرية بين القطاعين، ومنه نستنتج أن كلا النشاطين مترابطين، وكل منهما يكمل الآخر باعتبار النشاط السياحي نشاط اقتصادي وخدمي تعتمد عليه الدول للحصول على إمدادات وزيادة في الدخل القومي، ولا يتم ذلك إلا إذا توفرت وسائل الإيواء، الطعام، والشراب، بالإضافة إلى خدمات أخرى، كل هذه الخدمات تقدم من طرف الفندق وبالتالي فالنشاط الفندقي يعتبر البنية الأساسية للقطاع السياحي، فالسائح الذي يزور ويتنقل من بلد إلى بلد آخر أو من مكان إلى مكان آخر يشترط توفر وسائل الإيواء، الإقامة بها خلال فترة إقامته لأغراض ترفيهية أو عملية، وبدونها لا يمكنه التنقل لمدة تزيد عن أربعة وعشرون ساعة. ويتأثر النشاط الفندقي بالقطاع السياحي فإذا كان النشاط السياحي مزدهر ويجلب أكبر عدد من السياح يعود بالإيجاب على النشاط الفندقي، أما إذا كان الركود يسود القطاع السياحي فيتأثر النشاط الفندقي سلبيا.

وأخير نستطيع أن نقول أن النشاط الفندقي يؤثر إيجابا وسلبا على النشاط السياحي، والنشاط السياحي يؤثر كذلك إيجابا وسلبا على الصناعة الفندقية. كما هو الحال في الجزائر، حيث أثرت الوضعية الأمنية والغير المستقرة على الجزائر على القطاع السياحي وبالتالي كان له الأثر السلبي على القطاع الفندقي.

المبحث الثاني: دور النشاط الفندقي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وأثره.

يلعب النشاط الفندقي دور إيجابي في تحقيق التنمية الإقتصادية و الإجتماعية باعتبار أن النشاط الفندقي له خصوصيات عن باقي النشاطات الخدمية الأخرى، كونه نشاط متشابك مع عدة قطاعات إقتصادية أخرى ، فهو يساهم في تحقيق تنمية اقتصادية و إجتماعية و نتطرق في هذا المبحث إلى دور النشاط الفندقي في تحقيق التنمية الإقتصادية و الإجتماعية.

المطلب الأول: دور النشاط الفندقي في التنمية الاقتصادية.

يقصد بالتنمية الاقتصادية تحريك وتنشيط الاقتصاد القومي من خلال زيادة القدرة الاقتصادية مع ضرورة استخدام كافة الموارد لغايات تشجيع الاستثمار وهنا يجب مراعاة الفرق والاختلاف بين التنمية الاقتصادية والنمو الاقتصادي،

" فالنمو الاقتصادي يعني زيادة في قيمة الدخل القومي الحقيقي التي تحدث بمرور الزمن، فزيادة رأس المال وزيادة عدد السكان والقوى العاملة، وزيادة الطلب على الإنتاج من سلع وخدمات كل ذلك يؤدي إلى نمو المجتمعات نموا طبيعيا، أما التنمية الاقتصادية فتشير إلى قيام الدولة بتحقيق معدلات نمو عالية، إلا أنه يمكن استخدام كل من التنمية الاقتصادية والنمو الاقتصادي والتقدم الاقتصادي كمترادفات بحكم أنها تشترك في عناصر متشابهة"[1]

[1] موسى اللوزي ، التنمية الإدارية، المفاهيم، الأسس، التطبيقات، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى سنة 2000 ،ص28.

ويمكن تعريف التنمية الاقتصادية على أنها عملية يزداد فيها الدخل القومي والدخل المتوسط للفرد بالإضافة إلى تحقيق معدلات عالية من النمو في قطاعات معينة وبحكم أن النشاط الفندقي نشاطا اقتصاديا فهو يتطلب عناية ودعما كبيرين بالعلم و التكنولوجيا حتى تستطيع أداء دورها الفعال في خدمة الاقتصاد والتنمية القومية.

و أصبحت الدول تهتم بالصناعة الفندقية لما لها من تأثير على اقتصادياتها فهي تساهم في تنمية الصادرات غير مرئية وهي تعتبر مصدرا رئيسيا هاما للحصول على العملات الأجنبية.

ونظرا لأهمية النشاط الفندقي في تحقيق الأهداف الاقتصادية الوطنية، فان السياسات العامة في الدول أصبحت تتجه إيجابيا نحو استقطاب الزوار من خلال تقديم الحوافز والتسهيلات التي من شأنها تشجيع إنشاء مشاريع فندقية وسياحية تساهم في تنشيط الحركة الاقتصادية نتيجة الجهود الفردية والمشتركة بين الجهات والهيآت المختلفة لإنشاء مؤسسات فندقية لتوفير وسائل الراحة والطعام والشراب والتسهيلات والخدمات المساندة، فقد نتج عن ذلك خلق بيئة تنافسية بين الفنادق باعتبار العملاء مصدر الدخل الوحيد للفندق وسبب وجوده ونجاحه، وباعتبار أن الفندق نشاط

اقتصادي فهو يساهم في التنمية الاقتصادية للدولة نتيجة للأموال التي تضخمها ولكونه وسيلة للحصول على العملة الصعبة اللازمة لتنفيذ خطط التنمية الشاملة في بلدان العالم الثالث كما هو الحال في الجزائر فالفنادق تساهم في تحقيق إيرادات من شأنها تنمية قطاعات اقتصادية أخرى، منها القطاع السياحي فلا وجود للسياحة بدون فندقة ولا وجود للفنادق بدون سياحة. و تساهم في تنمية قطاع المواصلات بمختلف أشكاله فوسائل النقل المختلفة من نقل بري بواسطة القطارات، الحافلات، السيارات، والنقل البحري بواسطة السفن، والنقل الجوي بواسطة الطائرات. وتساهم أيضا في

تنمية كل أشكال التجارة والصناعات التقليدية وذلك بإعطاء صورة عن العادات والتقاليد للمجتمع وإنشاء محلات تجارية داخل الفندق من أجل تسهيلات حاجات الزبائن وتطوير الوكالات السياحية وذلك بالتنسيق مع القطاع السياحي من أجل إعداد البرنامج السياحي السنوي عن طريق تطبيق الأسس العلمية الصحيحة للإدارة والتنظيم، ويمكن للفندق تقديم تحفيزات خلال فترات على مدار السنة بإعطاء تخفيضات في الأسعار العادية مع الإبقاء على نفس جودة الخدمات المقدمة كما هو الحال للفنادق أثناء فصل الصيف منها الفنادق السياحية أين يزداد الإقبال على هذه الفنادق بهدف الاستجمام أو إقامة الأفراح في القاعات الذي يتوفر عليها الفندق. ولا يقتصر دور الفندق في تحقيق الإيرادات من العملة الصعبة بل يتعدى ذلك إلى تنمية قطاعات اقتصادية أخرى بحكم تشابك النشاط الفندقي بعدة قطاعات أخرى فهو من اكبر الصناعات في العالم توليدا لفرص العمل، إذ تعتبر مصدر هاما للعملة سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة، فالإضافة إلى العمالة المباشرة التي تعمل في مختلف نشاطات الاقتصادية للفندق، هناك العمالة غير مباشرة التي توفرها من الصناعات المغذية للصناعة الفندقية سواء في مرحلة الإنشاء المقاولات والبناء أو في مرحلة التجهيزات بالأثاث والأرضيات والديكورات وأجهزة المطابخ والمصاعد...الخ أو في مرحلة التشغيل التي تقوم بدورها باستخدام منتجات وخدمات آلاف من المنشآت الموردة لجميع أنواع الطعام والشراب وكذلك تجهيزات الإقامة ومختلف المواد الذي يحتاجها الفندق أثناء استقباله للنزلاء.

كما أن معظم الفنادق تلعب دورا هاما في مجال تعليم الأفراد العاملين بمختلف وظائفهم من إداريين، فنيين، وعمال بغرض رفع كفاءتهم وإلمامهم بالعمل وتطوير مهارتهم وذلك باللجوء في أغلب الأحيان بالمدارس والمعاهد المتخصصة في المجال الفندقي والسياحي كما هو الحال بالنسبة للمدرسة العليا للسياحة والفندقة الموجود

مقرها بالفندق الأوراسي وهذه المدرسة المتخصصة تقوم بتأطير و تكوين أفراد وعمال القطاع الفندقي على اختلاف مستوياتهم.

من خلال الطرح لدور النشاط الفندقي في التنمية الاقتصادية يتضح لنا بحكم ترابط الصناعة الفندقية وتشابكها بقطاعات اقتصادية أخرى فانه لم يعد يقتصر النشاط

الفندقي على جلب الإيرادات بالعملة الصعبة بهدف الزيادة في الدخل القومي بل يتعدى نشاطه إلى تنمية قطاعات اقتصادية أخرى، وبالتالي يمكننا إيضاح الأهمية الاقتصادية للنشاط في النقاط التالية على سبيل المثال ولا على سبيل الحصر وهي كالتالي:

1- الزيادة في الدخل القومي.

- تأثير النشاط الفندقي على ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية.
- تنمية القطاع السياحي.
- تنمية قطاع المواصلات بمختلف أشكاله.
- تنمية الصناعات الغذائية.
- تنمية قطاعات أخرى.

2- استمرارية الزيادة لفترة طويلة

- تمتع كل أفراد المجتمع بثمار هذه الزيادة.
- إحداث التنمية المتوازنة بمختلف المناطق.

المطلب الثاني: دور النشاط الفندقي في التنمية الاجتماعية

إن التنميـة الاجتماعيـة هـو الارتقـاء فـي الجانـب الاجتمـاعي مـن خـلال تبنـي سياسـة اجتماعيـة تسـاعد علـى تحسـين المسـتويات المعيشـية والارتقـاء بهـا وزيـادة رفاهيـة الأفراد.

وتعـرف التنميـة الاجتماعيـة بأنهـا:" مجموعـة إجـراءات وسياسـات وتـدابير معتمـدة موجهة لتغيير بنيان وهيكل الاقتصاد القومي لتحقيق زيادة سريعة ودائمة فـي متوسـط الدخل الفرد الحقيقي عن فترة من الزمن بحيث يستفيد منها الغالبية العظمى مـن أفـراد المجتمع."[1]

و يمكن تعريف آخر للتنمية الاجتماعية علـى أنهـا:" وسـائل لتغيير الواقع الاجتمـاعي عما عليه الآن، وذلك في اتجاه محدد هو خلق المجتمع الصناعي الحديث."[2]

وبناءا على هذه التعاريف يمكن النظر إلى التنمية الاجتماعية من خلال:

- مجموعة إجراءات وتدابير.
- العمل على زيادة الدخل.
- خلق مجتمع صناعي.

إن النشـاط الفنـدقي نشـاط يلعب دور فعـال فـي التنميـة الاجتماعيـة وذلـك لاعتبـار مـا للفندق من أثر وباعتبار ما للنشاط الفندقي من أثـر إيجـابي فـي التنميـة الاقتصـادية من حيث زيادة الدخل القومي وبالتالي علـى متوسـط الـدخل للفرد فانـه يؤثـر إيجابيـا علـى التنمية الاجتماعية من حيث توفير فرص العمل بحكم أن النشاط الفندقي نشـاط خـدمي يعتمد بصفة مباشرة على الموارد البشرية في تأدية مهامه فيعتبر من قبيل الصـناعات المولدة لفرص العمل كونه لم يعد دور الفندق يقتصـر علـى الإيـواء فقد تعدى دوره إلى

[1] التنمية الإدارية ، ا فاهيم ا ؤسس ، مرجع سابق ص 24

[2] التنمية الإدارية ، ا فاهيم ا ؤسس ، مرجع سابق ص 29

تقديم خدمات أخرى من مطاعم وشراب وخدمات بنكية وبريدية ووكالات تجارية وسياحية، كل هذه الخدمات تستوجب على إدارة الفندق إلى توظيف يد عاملة مؤهلة ومدربة تقدم خدمات لزبائنها الوافدين إلى الفندق ويرى أهل الاختصاص أن القطاع الفندقي قطاع حيوي يجلب إليه عدد كبير من الموظفين وبالتالي امتصاص أكبر قدر ممكن من البطالة سواء كانت عمالة مباشرة والتي تزاول نشاطها بالفندق بصفة دائمة والمتمثلة في الإطارات من مديرين وموظفين على اختلاف مستويات و مسؤولياتهم، وعمالة مؤقتة تعلم خلال فقترة زمنية محددة كما هو الحال أثناء فصل الصيف أين يزداد نشاط الفندق خاصة منها الفنادق الواقعة على السواحل، كما أن الفنادق الواقعة في المرتفعات أو الواقعة في مناطق عالية تشهد إقبال كبير للزوار بهدف العلاج كالمحطات المعدنية أو لهدف الاستجمام.

إن توليد فرص العمل في الفنادق مهما كان نوعها دائمة أو مؤقتة تساهم بشكل فعال في التنمية الاجتماعية وذلك عن طريق تحسين القدرة الشرائية للمواطن حيث تلعب الفنادق دور فعال في تنشيط الحركة الاجتماعية، فإنشاء فنادق سياحية في مناطق أثرية وحضرية وساحلية تؤدي بالضرورة إلى تركيز السكان بهذه المناطق كما هو الحال في الحمامات المعدنية الموجودة في المناطق الداخلية فبفضل هذه المركبات السياحية يتم تنشيط الحركة التجارية في المنطقة للتجار والمؤسسات المنتجة بالمنطقة وتقوم بخلق فرص عمل داخل الفندق عن طريق توظيف أشخاص بصفة دائمة أو مؤقتة كما تساهم في تحسين المستوى المعيشي للسكان، وتسمح لهم بالاحتكاك مع الزبائن والعملاء الوافدين للفندق وفك العزلة على هذه المناطق، شأن ذلك فنادق والمركبات الموجودة في حمام ريغة وحمام بوجحر وحمام بوحنفية فبإنشاء مركبات سياحية وفندقية بهذه المناطق والتي ساهمت بقسط وافر في تحسين المستوى المعيشي لسكان.

إن المركبات السياحية والفندقية المترامية على طول السواحل ساهمت بشكل فعال في تنمية هاته المناطق كالمركبات السياحية لسيدي فرج والمركب السياحي زرالدة والمركبات السياحية من شرق البلاد إلى غربها.

إن ارتفاع المستوى المعيشي للفرد يؤدي بالضرورة إلى تحسين مردودية الفندق، بحيث إذا كان متوسط الدخل الفرد يتناسب والقدرة الشرائية للمواطن يسمح له بالإقامة بالفندق لفترة زمنية معينة فالصناعة الفندقية لا تنحصر على السياح الأجانب لتأدية نشاطها بل يلعب كل شرائح المجتمع دور في رفع من كفاءة ومردودية الفندق، فإذا كان متوسط دخل الفرد ضعيف فانه يؤثر بصفة مباشرة على نشاط الفندق وبالتالي فهي علاقة متبادلة بين الفندق والمجتمع الذي ينشط به.

و يمكن تلخيص دور النشاط الفندقي في التنمية الاجتماعية في النقاط التالية على سبيل المثال لا على سبيل الحصر وهي:

- توليد أكبر عدد ممكن من فرص العمل، سواء كانت فرص عمل دائمة أو مؤقتة.
- المساهمة في تخفيض نسب البطالة.
- زيادة في متوسط الدخل للفرد.
- تحسين القدرة الشرائية للفرد.
- العمل على تركيز السكان في المناطق السياحية كما هو الحال في المركبات السياحية الموجودة في المناطق المعزولة.
- تحقيق التوازن الاجتماعي.
- تنشيط الصناعات التقليدية والحرفية.

المطلب الثالث: أثر النشاط الفندقي على الاقتصاد و السياحة.

يعتبر النشاط الفندقي من قبيل النشاطات الخدمية وهو نشاط اقتصادي يهدف إلى الحصول أكبر عدد ممكن من الإيرادات عن طريق تقديم خدمات الإيواء وخدمات تكميلية من مطاعم، شراب، خدمات مصرفية وبريدية وخدمات أخرى للعملاء باعتبارهم المصدر الوحيد للفندق.

إن طبيعة النشاط الفندقي نشاط متعدد الجوانب ومترابط بعدة قطاعات اقتصادية أخرى يؤثر بصفة مباشرة وغير مباشرة على الاقتصاد. ونتطرق لأهم النقاط التي نراها ضرورية، ويمكن أن نستعرضها كما يلي:

1- زيادة في الدخل القومي:

يؤثر النشاط الفندقي إيجابيا على الدخل القومي بحيث تعتبر الفنادق ركنا أساسيا من أركان السياحة نظرا لما تقدمه من خدمات وظيفية في ميدان الاقتصاد الوطني، وذلك نتيجة للأموال التي تضخمها، ولكونها وسيلة الحصول على العملة الصعبة.

2- خلق فرص عمل:

إن الصناعة الفندقية من أكبر الصناعات في العالم توليدا لفرص العمل، إذا تعتبر مصدرا هاما للعمالة سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة فبالإضافة إلى العمالة المباشرة التي تزاول نشاطها للفندق، هناك العمالة الغير مباشرة التي تعمل في مختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى التي لها صلة بالصناعة الفندقية.

3- أثر على القطاع السياحي:

يؤثر النشاط الفندقي على القطاع السياحي، بحكم أنه يعتبر الركيزة الأساسية للنشاط السياحي، وكلما كان النشاط الفندقي في مستوى تطلعات السواح على اختلافهم كلما زاد تدفقهم وبالتالي تنمية القطاع السياحي.

4- تنمية المناطق المعزولة:

يؤثر النشاط الفندقي على المواقع المعزولة التي تحتوي على أماكن سياحية من آثار تاريخية أو مناطق معدنية، فإنشاء فنادق بهذه المناطق يتم فك عزلتها، وتركيز السكان بها، وتنشيط مختلف الصناعات وتنشيط الحركة التجارية بها.

5- تحقيق التنمية الاجتماعية:

إن زيادة في الدخل القومي، يؤدي حتما إلى التنمية الاجتماعية، حيث يلعب النشاط الفندقي دور أساسي في الحصول على الموارد من عملة صعبة ويتم تحقيق التنمية الاجتماعية بفضل الزيادة في متوسط دخل الفرد وبالتالي ارتفاع المستوى المعيشي لأفراد المجتمع: وهو ما يؤثر إيجابيا بتحقيق تنمية إجتماعية.

6- تنشيط القطاعات الاقتصادية:

إن النشاط الفندقي نشاط متعدد الجوانب ومرتبط بالقطاعات الاقتصادية الأخرى، فيؤثر على قطاع المواصلات على اختلاف أنواعها من نقل بري، نقل جوي، نقل بحري، بالإضافة إلى تأثيره على قطاعات الصناعات الغذائية والصناعات الأخرى بحكم الخدمات التي يقدمها الفندق كالمطاعم وخدمات أخرى وتنشيط الحركة التجارية التي يوجد بها الفندق.

7- تحقيق التوازن بين الأقاليم:

إن بزيادة للدخل القومي للدولة، يتم توزيعها عبر مختلف أقاليمها بغرض تحقيق تنمية متوازنة بين مختلف الأقاليم، فإنشاء فنادق سياحية عبر كامل التراب الوطني خاصة في المدن والمناطق السياحية المختلفة يؤثر إيجابيا على التنمية لكل المناطق وتساهم في تمركز السكان بالإضافة إلى تطوير الصناعات المحلية و التقليدية بها.

8- أثر في ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية:

يؤثر النشاط الفندقي على ميزان المدفوعات باعتباره نشاط تجاري واقتصادي، فهو يساهم في زيادة الجباية من ضرائب مختلفة ورسوم على النشاطات التي يزاولها الفندق وله أثر على التجارة الخارجية باعتبار أنه أساس النشاط السياحي وباعتبار النشاط السياحي يساهم في تنمية الصادرات غير المرئية.

ونستنتج من خلال تطرقنا لهذه النقطة أن النشاط الفندقي له تأثير مباشر على الإقتصاد القومي بإعتباره نشاط اقتصادي يساهم في زيادة الدخل القومي بالإضافة إلى تنمية عدة قطاعات اقتصادية واجتماعية أخرى ويساهم في تحقيق تنمية متوازنة بين مختلف الأقاليم وينشط الحركة التجارية.

المبحث الثالث: دور النشاط الفندقي في التنمية الثقافية و البيئية و تأثره بالتوجه السياسي

نتطرق في هذا المبحث إلى النشاط الفندقي و دوره في التنمية الثقافية باعتبار أن الثقافة تمثل المعتقدات و القيم و الإتجاهات و العادات المشتركة بين أعضاء المجتمع ، و يساهم في تطوير الحركة الثقافية للدولة و التشهير بها، كما ن للنشاط الفندقي دور ريادي في المحافظة على البيئة و يعد جمال الطبيعة أحد أهم العوامل المهمة لجلب السواح ، كذلك بالنسبة للمواقع التاريخية و الأثرية ، كما نتطرق في هذا المبحث إلى تأثر النشاط الفندقي بالتوجه السياسي للدولة.

المطلب الأول: دور النشاط الفندقي في التنمية الثقافية.

يلعب النشاط الفندقي دور ريادي في التنمية الثقافية باعتبار أن الثقافة تمثل المعتقدات، القيم والاتجاهات والعادات المشتركة بين أعضاء المجتمع والتي تنتقل من جيل إلى آخر عبر العصور.

إن تعاقب الحضارات على البلاد جعل من الجزائر منطقة سياحية لما تزخر به من معالم وآثار تاريخية تجعل منها قطب سياحي هام، وهنا يكمن دور النشاط الفندقي في التشهير بثقافة المجتمع الذي ينشط فيه. و يمكن تعريف الثقافة على أنها:

" تعبير عن مجموعة من العناصر يتضمنها المجتمع وهي: المعرفة، المعتقد، الفن، القانون، الأخلاق، العادات وان سلوكات يكتسبها أعضاء المجتمع ويعتبرونها مناسبة ومقبولة."[1]

كما يمكن تعريفها على أنها:

"كل ما ينتجه الإنسان في المجتمع من إبداع روحي وفني لكي يحقق الأهداف التي ترمي العمال وإبراز كيان العالم الذي تعيش فيه."[2]

[1] مG طه ا ورϽ: ﭐ اعيل مد علي الرباغ، مبادئ السفر والسياحة. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع صنعة أوБ2001 ص108

[2] مبادئ السفر والسياحة. مرجع سابق ص108

من خلال هذين التعريفين يتضح لنا أن الثقافة تمثل الفطرة الشاملة للمجتمع بمختلف عاداته ومعتقداته وسلوكاته، ويبرز دور الفندق المناطق الصحراوية بهدف تشجيع الزوار على الذهاب إلى هاته المناطق الجذابة وتعتبر بمثابة إشهار وتعريف بالعادات والتقاليد التي تربط المجتمع الجزائري. والثقافة نوعان: ثقافة مادية وثقافة الغير مادية وكلا النوعان من الثقافة يشكل الحضارة، فيما يخص الثقافة المادية والمتمثلة في الثقافة الذاتية أو الشخصية فهي تتمثل في المستوى التعليمي للفرد ومستوى المهارة ودرجة المعرفة، ودرجة الإطلاع والمساهمات العامية والأدبية، وأتضح أن هذا النوع من الثقافة تشكل عامل دافع ومحدد للقيام بالرحلات والإقامة في الفنادق، وهناك علاقة طردية ما بين المستوى الثقافي للفرد وطلبه على زيارة المناطق السياحية على اختلاف أنواعها، فكلما ارتفع المستوى الثقافي للفرد زاد طلبه على الذهاب إلى هذه المواقع، فالإطلاع والمعرفة الشخصية المكتسبة من خلال هذه الوسائل التعليمية المختلفة تكون بمثابة عامل محفز للفرد المثقف بهدف الإطلاع عن كثب بالواقع الفعلي على المعالم السياحية لمختلف بلدان العالم.

فالنشاط الفندقي يعطي صورة شاملة للمجتمع الذي ينشط فيه، ويساهم في تنمية الثقافة للدولة وذلك بالانفتاح الاجتماعي والرغبة بالاحتكاك بالشعوب الأخرى، ويقوم بإعطاء نظرة كاملة في التنمية عن طريق إعطاء صورة عن المجتمع وذلك بالمساهمة في ترقية الصناعات التقليدية والحرفية، والملاحظ في الفنادق على اختلاف أشكالها وأنواعها تبرز ثقافة البلد الذي تنشط فيه، فالفنادق الجزائرية تساهم بشكل فعال في التنمية الثقافية عن طريق الشكل الذي يصمم عليه الفندق وتأثيثه، حيث يتم إعطاء صورة واضحة على المجتمع الجذاب وذلك بإبراز كل المناطق المختلفة للجزائر كما هو الحال في المناطق الصحراوية للعادات و السلوكات

للمجتمع، وبإنشاء مؤسسات ثقافية وحرفية تبرز من خلالها تقاليد والأعراف التي تكون المجتمع.

أما فيما يخص الظاهرية فهي متمثلة في إبداعات الإنسان، والمنتشرة في أرجاء العالم، فأحد العوامل المحددة هو الإطلاع على ثقافة الشعوب المختلفة سواء كانت ثقافة خاصة بتاريخ البلد أو حاضره، ومما ينشط القطاع السياحي التفاوت والتباين بين ثقافات الشعوب، ويتجسد عامل المتعة متمثلا بالإطلاع والتفاعل مع ثقافة تكاد تكون غربية كليا عن ثقافة المجتمع الذي ينتمي إليه الزائر، وهنا كذلك يكمن دور النشاط الفندقي في التنمية الثقافية عن طريق إقامة معارض وحفلات تهدف بصفة مباشرة في التعريف بالحضارة والثقافة الجزائرية وعلى سبيل المثال إقامة معرض بفندق على السواحل يخصص بالتعريف بالعادات والتقاليد للجنوب كالتعريف بثقافة التوارق وإبراز التباين والاختلاف الموجود بين المجتمع الجزائري، ويمكن للفندق إقامة نقاط بيع لمختلف الصناعات التقليدية والحرفية ويتم ذلك بالتنسيق مع قطاعات أخرى ووكالات السفر والسياحة بهدف تشجيع السياح الأجانب لزيارة المناطق الحضارية والأثرية والاحتكاك بكل الشرائح المكونة للمجتمع، وبحكم النشاط الفندقي نشاط مترابط مع قطاعات أخرى، فهو يساهم في التنمية الثقافية بالتنسيق مع الوزارات والهيآت الرسمية للقيام بندوات وملتقيات وطنية ودولية، بحكم توفر الفندق على قاعات متخصصة للاجتماعات وعقد المؤتمرات، تستعمل من قبل مؤسسات وطنية أو دولية تسمح هذه اللقاءات والمؤتمرات للزوار بالتعريف عن الثقافة التي تحكم المجتمع من خلال الشكل الذي صمم من أجله الفندق ومحتوياته.

من خلال هذا الطرح نستخلص أن للنشاط الفندقي دور هام في التنمية الثقافية وذلك عن طريق:

- إبراز العادات والتقاليد المجتمع.

- المساهمة في ترقية الصناعات التقليدية والحرفية.
- إنشاء محلات تجارية داخل الفنادق تبرز أهم العادات والتقاليد للمجتمع.
- إقامة معارض ثقافية وفندقية تهدف إلى التعريف بالحضارة التي يزخر بها المجتمع.
- إقامة مؤتمرات وطنية ودولية في القاعات المتخصصة للاجتماعات تهدف إلى إعطاء صورة حية لثقافة المجتمع ويتم ذلك عن طريق مختلف اللوحات التاريخية والسياحية التي تزخر بها البلاد.

المطلب الثاني: النشاط الفندقي وعلاقته بالبيئة الطبيعية.

يعتبر النشاط الفندقي نشاط اقتصادي، وبإنشاء فنادق ومركبات سياحية في المناطق السياحية من مناطق ساحلية ومناطق جبلية يؤثر على البيئة الطبيعية بالمنطقة، ويتوقف نوع العامل الطبيعي في الموقع السياحي على الموقع الجغرافي للبلد، وهذا يحدد بالضرورة أنواع النباتات الموجودة فيه، ويعد جمال الطبيعة أحد أهم العوامل المهمة لجذب السياح، وكذلك بالنسبة للمواقع التاريخية والأثرية، وبالتالي فإن استغلال الاقتصادي الأمثل للمورد السياحي، يتطلب بالضرورة الاهتمام والعناية بالطبيعة والمحافظة عليها، فالمحيط الذي ينشط فيه الفندق له تأثير مباشر على النشاط الفندقي، وتلعب البيئة الطبيعية دور هام في الحركة السياحية بصفة عامة والنشاط الفندقي بصفة خاصة، فالسائح الذي يتنقل إلى منطقة السياحية بهدف الاستفادة من العناصر البيئية والطبيعية التي أوجدها الله في هذا البلد أو المنطقة.

والجدير بالذكر أن الجزائر تتوفر على مقومات طبيعية وبيئية مترامية عبر التراب الوطني، فالمناطق الساحلية الجذابة التي تزخر بها الجزائر من شرقها إلى غربها أدى بالضرورة إلى استغلالها وذلك بإنشاء فنادق ومركبات سياحية تهدف إلى تلبية

رغبات السياح لهذه المناطق والتمتع بالمناظر الطبيعية، كما هو الحال في المركبات السياحية لسيدي فرج، زرالدة، والمركب السياحي الأندلس بوهران وما هي إلا عينة على كثرة هذه المركبات، وتعمل إدارة الفنادق بالتنسيق مع عدة قطاعات أخرى على المحافظة على البيئة الطبيعية التي تنشط فيها الفنادق لكونها أسباب الرئيسية لجذب السياح، وكذلك بالنسبة للمواقع التاريخية والأثرية التي تزخر بها الجزائر، جعل منها قطب سياحي هام، فالحضارات المتعاقبة عليها تركت زخما من المواقع والآثار المصنفة كالتراث عالمي مما يستوجب المحافظة عليها والعمل على ترقيتها بإنشاء فنادق ومركبات سياحية تراعي ميزات تلك المناطق من حيث العمران ليسمح بتزاوج المنطقة بتلك المنشآت وبالتالي تجذب أكبر عدد من الزائرين حبا للاكتشاف والتمتع بمناظرها الخلابة، وتعمل إدارة الفنادق بالسهر على حماية هذا الإرث الثقافي كونه سبب وجوده. كما تتوفر الجزائر على مناطق جبلية، هذه المناطق تزخر بمناظر طبيعية خلابة تستدعي العناية بها والمحافظة عليها، ويتم إنشاء فنادق سياحية بالقرب من ينابيع المياه المعدنية والغابات وذلك بهدف توفير كل وسائل الراحة من إيواء وخدمات أخرى للزوار الذين يقصدون هذه المناطق بهدف العلاج أو لهدف الترفيه والاستجمام، كما هو الحال في المركبات المعدنية التي تتوفر عليها الجزائر، ومثال ذلك مركب المياه المعدنية لحمام بوحجر، مركب المياه المعدنية بحمام بوحنيفية وحمامات أخرى.

تقوم الإدارة الفندقية بالاستغلال الأمثل لهذه الموارد الطبيعية والحفاظ عليها، كونها السبب الرئيس لوجودها، وتعبير المناطق الصحراوية الموجودة في الجنوب الكبير مناطق سياحية، فهي لوحدها تكفي لتكون من أهم المناطق الطبيعية الخلابة والتي تعد بمستقبل السياحة في الجزائر لما تتوفر عليها من مناظر طبيعية أثرية، كمنطقة الآهقار بأقصى الجنوب، والتي يمكن استغلالها بكيفية عقلانية وذلك بالمحافظة عليها والتشهير بها ولا يتم ذلك إلا بإنشاء فنادق خدمات الإيواء، وخدمات تكميلية أخرى

لزوار هذه المناطق خاصة منهم الأجانب الذين يجلبهم سحر الطبيعة للمنطقة وعادات وتقاليد أهلها.

ونستنتج أخيرا أن علاقة النشاط الفندقي بالبيئة الطبيعية علاقة وطيدة بحكم أن جمال وسحر المناظر الطبيعية وتوفرها على آثار تاريخية هي التي تجلب السياح لها وبالتالي فالفنادق تستغل البيئة الطبيعية في تنمية نشاطها، ولا يتم ذلك إلا بالمحافظة عليها.

المطلب الثالث: تأثر النشاط الفندقي بالتوجه السياسي

تمثل السياسة للبناء الفوقي للمجتمع والمسيطر على كافة مقدرات البلد والمهيمن والمسير لكل الأنشطة والفعاليات مهما اختلف نوعها، وتعمل السياسة متمثلة في القيادة العليا للبلد على رسم الخطوط الإستراتيجية العريضة النابعة من طبيعة الفكر السياسي الذي يمثل النظام المعتمد في البلد، وبموجب الأهداف السياسية المرسومة يتم تحديد أبعاد كل قطاع والدور المطلوب منه والمهام الملقات عليها.

و النشاط الفندقي كأي قطاع اقتصادي آخر يتأثر بالسياسة العامة للبلد بل هو الأكثر تأثيرا بالعلاقات السياسية فمن طبيعة النشاط الفندقي نشاط حساس للأحداث السياسية وبحكم ترابطه بعده قطاعات اقتصادية أخرى، وعلى الرغم من الدور الذي تلعبه العلاقات المادية في النشاط الفندقي كون النشاط الفندقي نشاط اقتصادي يهدف إلى تحقيق ربح والزيادة في كفاءة الأداء، وبالتالي تنمية قطاعات اقتصادية أخرى، لكن المناخ الاقتصادي والعوامل المادية ليست هي كل العوامل التي تتحكم في النشاط الفندقي، فالأهم من ذلك طبيعة الفكر والتوجه السياسي للبلد، ونظرة القيادة السياسية للنشاط الفندقي، فهناك سياسة أكثر انفتاحا، والتي تنظر إلى النشاط الفندقي على أنه

نشاط مهم يحقق أهداف اقتصادية واجتماعية وثقافية وأهداف أخرى، ويتم ذلك بتوفير محيط ملائم لتنمية هذا القطاع الحساس وتوسعه وفتحه أمام القطاع الخاص الوطني والأجنبي للاستثمار فيه وتقديم كل الدعم والتسهيلات لنهوض به ويتم ذلك عن طريق:

- منح إجازات ممارسة النشاط الفندقي.
- الإعفاءات الضريبية لدعم المشاريع.
- فسح المجال للمستثمرين الخواص لدخول السوق الفندقي ورفع احتكار الدولة له.
- تخفيض الرسوم المفروضة على المشاريع الاستثمارية في المجال الفندقي خاصة بالمواقع السياحية بهدف تنميتها.
- القيام بالشراكة مع الدول الأخرى بدافع الاستفادة من خبرتها في المجال الفندقي.

وتعد الجزائر من الدول التي أولت للقطاع الفندقي أهمية بالغة بحكم ما لهذا النشاط من فوائد على قطاعات، وما لسياسة الانفتاح المنتهجة من طرف السلطات العليا للبلاد وذلك عن طريق إعطاء امتيازات وتسهيلات وإعفاءات ضريبية، ما هي إلا دلالة عن تفتح السلطات على هذا القطاع.

وبدخول مؤسسات فندقية عالمية إلى السوق الجزائري، كفندق هيلتون، فندق الشيراطون، وفندق مركور(Mercure) خير دليل على تفتح السلطات العليا للدولة على هذا القطاع، وقد تصل إجراءات السلطات إلى تقديم التسهيلات ودعم للمؤسسات الخاصة وتشجيعها في تنمية النشاط الفندقي حتى لا يكون حكر على الدولة، رغم أن السلطات الجزائرية اهتمت منذ الاستقلال بهذا النشاط والمخططات التنموية في عهد الاقتصاد الموجه كإبراز الإمكانيات والموارد التي صخرتها الدولة لتنمية هذا القطاع، إلا أن سوء التسيير للموارد لم يحقق الأهداف المسطرة، مما استوجب إعادة

النظـر فـي السياسـة المنتهجـة، و بخوصصـة القطـاع الفنـدقي، وتحفيـز الخـواص والأجانب للاستثمار وتقديم كل التسهيلات اللازمة من أجل ترقية القطاع والنهوض به.

و أخير نستنتج أن النشاط الفندقي يتأثر بالتوجه السياسي للدولة، وكلما كان الاتجاه السياسي متفتحا، كلما ازدهر النشاط الفندقي لكونه نشاط اقتصادي يعود بالفائدة على التنمية الشاملة.

خلاصة الفصل:

من خلال تطرقنا في هذا الفصل إلى دور النشاط الفندقي في التنمية الشاملة يتضح لنا أن النشاط الفندقي نشاط خدمي يهدف إلى تنمية النشاط السياحي، عن طريق تنمية المناطق السياحية والتاريخية والأثرية ويعتبر الركيزة الأساسية للنشاط السياحي وهو نشاط اقتصادي يساهم في زيادة الدخل القومي وبالتالي تحقيق تنمية اقتصادية، وبتحقيق مستويات عالية من النمو الاقتصادي الذي يعود بالفائدة على متوسط دخل الفرد وبالتالي تحقيق تنمية اجتماعية والذي يؤدي إلى تحقيق العدالة الاجتماعية وتقليل التفاوت بين فئات المجتمع، كما يلعب النشاط الفندقي دور هام في التنمية الثقافية والمحافظة على البيئة الطبيعية، بحيث تعتبر هذه الأخيرة السبب الرئيسي للسياح لزيارتها والتمتع بمناظرها ومعرفة المجتمع الذي يختلف عن المجتمع الذي يعيش فيه السائح من حيث المعتقد، القيم، العادات والتقاليد.

وأخير يمكن القول أن النشاط الفندقي نشاط تربطه علاقات مباشرة وغير مباشرة بالقطاعات الأخرى، ولا يمكن الفصل بينهما وكلاهما مكمل للآخر.

الفصل الرابع

دراسة تطبيقية
فندق الأوراسي

مقدمة الفصل:

لقد استعرضنا في الفصول السابقة الجوانب النظرية المتعلقة ببحثنا، و ذلك بإعطاء نظرة شاملة في الفصل الأول حول التسيير، السياحة و التنمية، ثم في الفصل الثاني تطرقنا إلى مفهوم الفندق، و مختلف وظائف الفندق الذي يتميز عن باقي الأنشطة الإقتصادية و الخدمية باعتباره قطاع متشابك مع عدة قطاعات اقتصادية أخرى يؤثر عليها و يتأثر بها، و في الفصل الثالث تطرقنا إلى الدور الكبير و الحساس الذي يلعبه النشاط الفندقي في التنمية الإقتصادية، الإجتماعية، الثقافية بالإضافة إلى التنمية السياحية باعتبار الفندق البنية التحتية للسياحة، أما الفصل الرابع الذي يخص الجانب التطبيقي من دراستنا و الذي خصصناه إلى فندق ذات سمعة عالمية و المتمثل في فندق الأوراسي الذي يعتبر من أهم و أكبر الفنادق على المستوى الوطني باعتباره فندق مصنف خمسة درجات، و هو في وضعية تسمح له بمنافسة أكبر الفنادق العالمية من حيث نوعية الخدمات المقدمة و جودتها.

و الهدف من بحثنا دراسة السياسة التسييرية المطبقة من طرف إدارة الفندق، و كذلك دراسة الكفاءة الإنتاجية للفندق و استخلاص النتائج مع تقديم توصيات.

إن أهم وسيلة استعملت في بحثنا هي بالدرجة الأولى الوثائق المحاسبية و المالية التي تحصلنا عليها من طرف إدارة الفندق و التي تتمثل في الميزانيات، و جداول حسابات النتائج بالإضافة إلى تقارير خاصة بمختلف الحسابات للفندق، و يمكن تبرير استعمالنا لهذه الوسيلة بلأسباب التالية:

- من حيث الإعتماد على الوثائق المحاسبية المتوفرة لدينا و هي:
- إعطاء صورة واضحة للوضعية التسييرية للفندق.
- اختصار و وضوح المعلومات المتحصل عليها.
- سهولة معالجة هذه المعلومات.
- استغلال هذه المعلومات لمعرفة صحة الوضعية المالية و التسييرية للفندق.

أهـــــــداف الـفـصـــــــل :

بتطرقنا إلى مختلف الوثائق المحاسبية المتوفرة لدينا، نستخلص الوضعية المالية للفندق و استنتاج نمط التسيير المطبق، و الهدف من هذه الدراسة هو تقييم النشاط الفني في فندق الأوراسي باعتباره من أكبر الفنادق الجزائرية و هذا من أجل المحافظة عليه يستوجب اتباع سياسة تسييرية فعالة، حتى يتسنى له مجابهة المنافسة الخارجية في ظل اقتصاد حر و لا يتم ذلك إلا باتباع سياسة ناجعة، و ذلك عن طريق استغلال كافة الموارد المالية و البشرية من إطارات و عمال باختلاف درجات مستوياتهم استغلالا عقلانيا، حتى يتسنى للفندق بلوغ أهدافه.

1- تـعريـــــف الـفنــــــدق :

فندق الأوراسي المصنف ضمن الفنادق ذات خمسة نجوم، فتح أبوابه في 02 ماي 1975 و الذي كان تحت إشراف مؤسسات عمومية بإعتبار أن التوجه السياسي للجزائر كان الملكية العامة لوسائل الإنتاج.

و في إطار تطبيق الإصلاحات و إعادة الهيكلة العضوية للمؤسسات العمومية لسنة 1983 فقد تم تصنيفه ضمن المؤسسات العمومية وفقا للقرار رقم 71-74 و التي تحمل التسيير الإشتراكي للمؤسسات.

إن الإصلاحات الإقتصادية التي باشرتها السلطات العمومية بداية من سنة 1988 و تطبيقا للتعليمة رقم 01.88 المتعلقة بقانون المالية لسنة 1988-1989 و التي تخص المؤسسات العمومية فقد نتج عن هذه الإصلاحات إعطاء الإستقلالية المالية لهذه المؤسسات و كان فندق الأوراسي من بين المؤسسات العمومية التي خضعت للإصلاحات، فبداية من تاريخ

12 فيفري 1991 تحولت مؤسسة الأوراسي إلى مؤسسة ذات أسهم برأسمال إجتماعي يقدر بـ 40.000.000,00 دينار مقسم على 3 شركاء و هم :

- صناديق المساهمة للخدمات بنسبة 40% من رأس المال.
- صناديق المساهمة للصناعة الأخرى بنسبة 30% من رأس المال.
- صناديق المساهمة للبناء بنسبة 30% من رأس المال.

و في إطار تطبيق التعليمة رقم 95-25 و المتعلقة بتسيير رؤوس الأموال فإن أسهم مؤسسة الأوراسي تحولت بنفس قيمتها إلى شريك واحد و المتمثل في الهولدينق العمومي للخدمات، مع اتخاذ قرار من طرف الجمعية العامة العادية برفع رأس المال الإجتماعي للفندق و ذلك بدمج الأرباح و فروق إعادة التقويم و بالتالي " أصبحت قيمة رأس المال 1.500.000.000,00 دينار أي بزيادة قدرها 900.000.000,00 دينار مقسم على 15000 سهم. بحيث تقدر القيمة الإسمية للسهم الواحد 100.000 دينار "[1] .

2)- دراسة الهيكل التنظيمي للفندق :

التنظيم في مفهومه الإداري يعني ترتيب الموارد المادية و البشرية و الآلية و الخبرات الفنية بأفضل طريقة تؤدي إلى تحقيق الأهداف المسطرة و بأقصر وقت و بأقل الجهود و تكلفة، و لهذا فإن من الضروري دراسة الهيكل التنظيمي للفندق و العوامل المؤثرة على الهيكل التنظيمي قبل البدء بالدراسة التفصيلية عن الإدارات و الأقسام الفندقية التي يتكون منها الهيكل التنظيمي للفندق.

فالمعروف على الهيكل التنظيمي للفندق بأنه البناء الذي يحدد الترتيب الداخلي للمنشأة فهو يبين التقسيمات و التنظيمات و الأحداث الفرعية التي تقوم بمختلف الأعمال و الأنشطة التي

[1] وثائق رسمية لـ فندق الأوراسي

يتطلبها و الهدف منها تحقيق أهداف الفندق كما يوضح نوعية العلاقات بين مختلف أقسامها و خطوط السلطة و شبكات الإتصال بها.

و الهيكل التنظيمي كبناء هرمي يعكس ترتيب الأقسام الفندقية في حالة السكون و ما يتيح أفضل الظروف لتدفق الحياة في مختلف أقسام الفندق عن طريق تطبيق نظم، كما يظهر الهيكل التنظيمي للفندق نتيجة تنظيم الفعاليات في مجاميع من النشاطات الرئيسية و نشاطات فرعية وفق أحد أسس تجميع النشاطات و من ثم ربط هذه المجاميع مع بعضها البعض و إظهارها على شكل وحدات تنظيمية مترابطة يطلق على كل منها تسمية إدارة أو قسم، و يطلق على المخطط البياني الذي يظهر هذه الترابطات بالهيكل التنظيمي.

إن التنظيم الهيكلي للفندق الأوراسي يبين مختلف الأقسام الرئيسية و الفرعية التي تعمل فيما بينها بتوحيد الجهود من أجل بلوغ الأهداف و من خلال الشكل البياني يتضح لنا الهيكل التنظيمي لفندق الأوراسي.

3- نشاط فندق الأوراسي:

قبل التطرق إلى الأنشطة و الخدمات التي يقدمها فندق الأوراسي، نضع في متناولكم طاقات الفندق من خلال الجدول التالي:

الوحدة : سرير

تعيين	العدد	القدرة الإجمالية
- غرف	455	755
- مطاعم	03	586
- حانة	04	398
- ملهى ليلي	01	250
- قاعة المعارض	01	1860
- قاعة المحاضرات	06	1480
- قاعة اللجان	01	180

جدول يوضح طاقات الفندق[1]

بالإضافة إلى مختلف مكونات الفندق فهو يتربع على مساحة إجمالية تقدر بـ 125850 م2 منها 15000 م2 مبنية. و يضم مرافق أخرى غير الغرض الذي أنشأ من أجله و هو إيواء العملاء و الزبائن. فبالإضافة إلى ذلك فإنه يضم كما ذكرنا سابقا من خلال الجدول قاعات للمحاضرات و الحفلات، مطاعم و قاعات أخرى و هذا بهدف توفير كل وسائل الراحة للنزلاء، كما يتوفر الفندق على مرافق أخرى من محلات تجارية، وكالات السفر و السياحة، ثلاثة ملاعب للتنس، مسبحين، بالإضافة إلى حظيرة تتسع إلى أكثر من 1000 سيارة، و كذلك توفير وسائل النقل من سيارات أجرة و حافلات تربط المطار بالفندق و ذلك من أجل تسهيل ظروف الإقامة للعملاء خاصة منهم رجال الأعمال و الشخصيات السياسية.

و نتطرق بالتفصيل إلى مختلف نشاطات مؤسسة فندق الأوراسي كما يلي:

1- الإيـــــواء :

يتكون فندق الأوراسي من 455 غرفة مقسمة كما يلي :

- 96 غرفة فردية.
- 320 غرفة مزدوجة.
- 16 جناح متوسط.
- 14 جناح كبير.
- 01 جناح رئاسي.
- 08 شقق.

2- المطاعـــــم:

يوجد بالفندق 03 مطاعم مختلفة و هي :

- مطعم قاسترو نوميك.
- مطعم كوفي شوب.
- مطعم السماكة.

هذه المطاعم تقدم وجبات محلية و أجنبية.

3- قاعـــات الإجتماعـــات و المحاضـــرات:

تبلغ عددها 08 قاعات مخصصة للإجتماعات و المحاضرات بالإضافة إلى قاعة الحفلات مجهزة بمعدات حديثة.

---

[1] وثائق رسمية فندق الأوراسي

4- معــــدات الترفيـــه :

يتوفر فندق الأوراسي على قاعات و معدات تسمح للزبائن بالترفيه أثناء الإقامة و هي:

- ملهى ليلي يتسع لـ 250 مكان.
- مسبحين.
- ملاعب للتنس.
- قاعة رياضية بالإضافة إلى حمام.

5- خدمـــات أخـــرى :

- وكالة للسياحة الأوراسي ثور.
- مركز الأعمال.
- كراء السيارات.
- مركز بنكي و المتمثل في القرض الشعبي الوطني.
- الخطوط الجوية الجزائرية.
- الخطوط الجوية الإيطالية.
- حافلة تربط المطار بالفندق.
- محلات للصناعات التقليدية و الهدايا.
- خدمات أخرى.

5- دراســـة أهـــم مؤشـــرات التسييـــر:

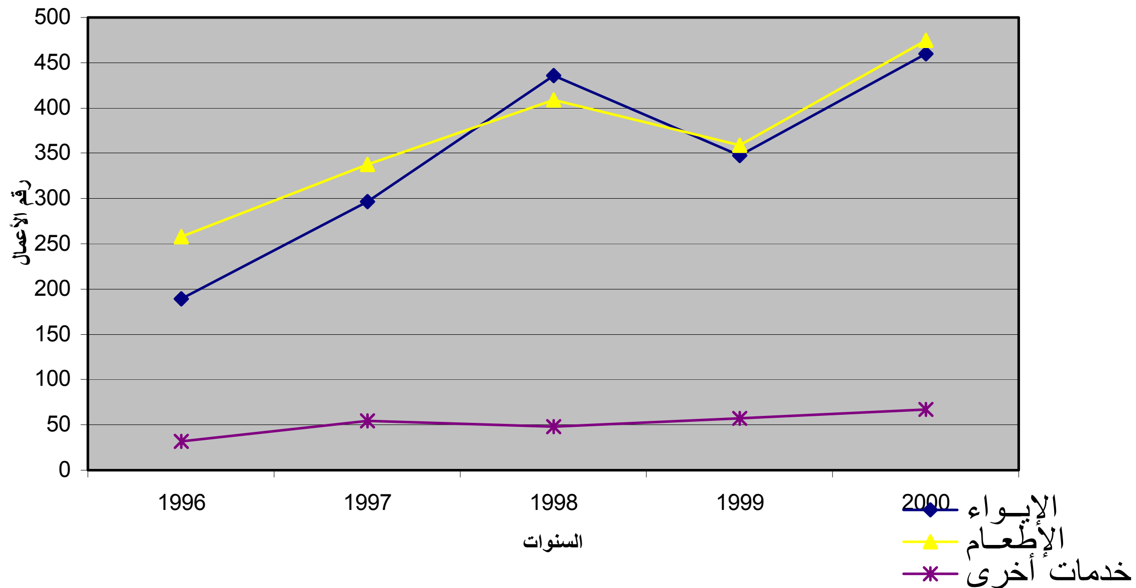
قبل التطرق إلى مختلف مؤشرات التسيير التي توضح السياسة التسييرية للفندق نقوم بدراسة رقم الأعمال للفندق و الكفاءة الإنتاجية.

1- هيكلـــــة رقـــم الأعمــــال: نضع بين أيديكم جدول يوضح مكونات رقم الأعمال للفندق من سنة 1996 إلى سنة 2000.

الوحدة: مليون دينار

جدول يوضح هيكلة رقم الأعمال الفندق(1)

السنـوات	البيـان						المجمـوع
	الإيـــواء		الإطـعــام		خدمــات أخــرى		
	رقم الأعمال	النسبة	رقم الأعمال	النسبة	رقم الأعمال	النسبة	
1996	189,3	%99,5	257,5	%53,7	32,1	%6,8	478,9
1997	296,3	%43	337,7	%49	54,5	%8	688,5
1998	435,7	%49	408,8	%46	48,3	%5	892,8
1999	347,3	%45	359,1	%47	56,9	%7	763,3
2000	459,4	%46	474,6	%47	67,3	%7	1001,3



(1) جدول يوضح هيكلة رأس المال للفندق مرجع وثائق رسمية للفندق.

من خلال الجدول و المنحنى البياني لهيكلة رقم الأعمال خلال 5 سنوات بداية من سنة 1996 إلى سنة 2000 يوضح رقم الأعمال لمؤسسة الأوراسي و مكوناته و نستنتج من خلاله أنه يتكون أساسا من المبيت و الإطعام و نسبة قليلة من الخدمات الأخرى التي يوفرها الفندق لزبنائه.

نلاحظ من خلال الجدول أن مالا يقل عن 50% من رقم الأعمال تتكون أساسا من الإطعام، باعتبار أن الفندق يتوفر على ثلاثة مطاعم ذات جودة عالية، رغم انخفاض نسبة الإطعام من سنة إلى أخرى بداية من سنة 1996 إلى سنة 2000، لا يعتبر تدهورا في نسبة الإستغلال بل يعود إلى التطور الحاصل في قيمة رقم الأعمال الذي عرف نموا مستمرا خلال السنوات الأخيرة و تضاعف من سنة 1996 إلى سنة 2000 بحيث كان رقم الأعمال يقدر بـ: 478,9 مليون دينار و أصبح سنة 2000 يقارب 1001,3 مليون دينار أي بزيادة قدرها 50%، هذا إن دل على شيء فإنما يدل على إتباع سياسة تسييرية فعالة.

أما فيما يخص المبيت فإن تطور رقم الأعمال خلال السنوات الأخيرة يدل على التسيير العقلاني للفندق، باعتبار أن نسبة الإيواء لسنة 1996 كانت تقدر بـ 39% من قيمة رقم الأعمال لترتفع من سنة إلى أخرى حتى سنة 2000، و تعتبر سنة 1998 الأفضل من حيث النسبة بحيث قاربت 49% من قيمة رقم الأعمال. لكن باعتبار أن رقم الأعمال تضاعف من سنة 1996 إلى سنة 2000 فإن نسبة الإيواء بقيت تراوح مكانها رغم ارتفاع رقم الأعمال.

أما فيما يخص الخدمات الأخرى المقدمة من طرف الفندق لزبائنه، تعتبر نسبة قليلة باعتبارها لا تتعدى 8% من قيمة رقم الأعمال، حتى أن رقم الأعمال فيما يخص الخدمات تضاعف فإن نسبة الخدمات التي يقدمها الفندق بقيت نفسها.

نستخلص من خلال المعطيات المتوفرة لدينا أن الفندق يرتكز في تشكيل رقم أعماله على الإيواء و الإطعام و الذي يمثل نسبة 90% إلى 95% من رقم الأعمال.

2- تطور نسبة استغلال الفندق و درجة التردد عليه:

تسمح لنا هذه النسبة بمعرفة القدرات الإنتاجية للفندق و مدى استغلالها، فهي تتعلق بمدى استغلال القدرات التي يتوفر عليها الفندق من غرف باعتبار أن الفندق يتوفر على 455 غرفة على مدار السنة بقدرة إنتاجية السنوية تقدر بـ 166075 طوال السنة.

و باعتبار على سبيل المثال أن سنة 1996 سجل استقبال 60617 زبون أي بنسبة 36,5% من قدرات الإستقبال .

أما فيما يخص نسبة قدرات التردد فإن فندق الأوراسي باعتباره فندق ذات سمعة عالمية و بتوفره على مطاعم تجلب الزوار على مدار السنة و بمعرفة نسبة التردد يستوجب معرفة قدرات المطاعم على عدد الزبائن مثال سنة 1996 قدرات المطاعم بـ 1000 وجبة خلال السنة

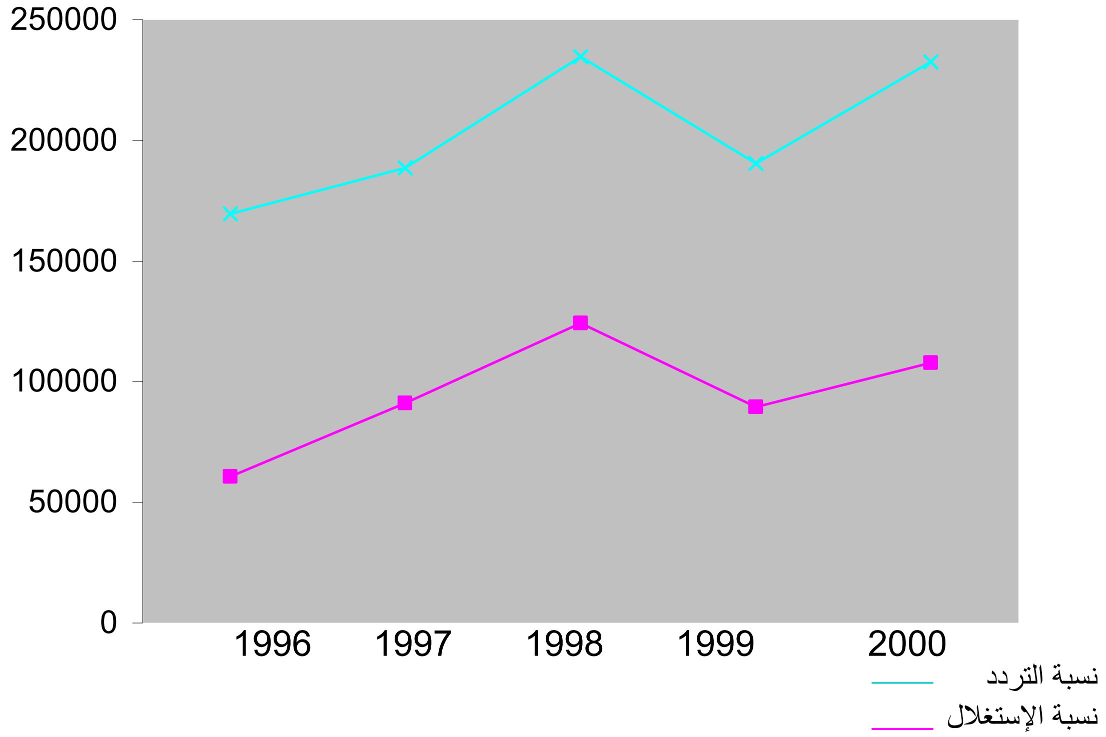
و تردد حوالي 169406 زبون أي بنسبة 47,5% و الجدول التالي يوضح مدى إقبال الزبائن على المبيت و الإطعام بالفندق :

جدول يوضح نسبة الإستغلال للفندق و التردد عليه[1]

السنوات	نسبة الإستغلال إيواء		نسبة التردد مطاعم		مجموع الإيواء	مجموع الإطعام
	عدد الزبائن	نسبة الإستغلال	عدد الزبائن	نسبة الإستغلال		
1996	60617	%36,5	169406	%47,4	166075	365000
1997	91179	%55,1	188555	%55	166075	365000
1998	124227	%74,8	234626	%59,4	166075	365000
1999	89634	%54,1	190401	%52,1	166075	365000
2000	107701	%64,8	232605	%59,4	166075	365000

من خلال الجدول التالي يوضح أن طاقات استيعاب للفندق ضخمة و لكن غير مستعانة بالطريقة العقلانية و نلاحظ كذلك أن نسبة 1998 تعتبر أفضل من حيث نسبة الإيواء أو الاستغلال بنسبة تقدر بـ 74,8% من القدرات الإنتاجية للفندق، مع ملاحظة أن هناك استقرار في نسبة التشغيل أي أن حوالي 50% من قدرات الفندق غير مستغلة، كذلك بالنسبة للتردد على المطاعم فهي مستقرة في معدل 55% أي أن هناك إمكانيات كبيرة لرفع من حجم النشاط الفندقي بهدف تعظيم الربح بإتباع سياسة تسييرية فعالة. و لتوضيح أكثر حول نسبة الإستغلال و التردد نضع شكل بياني يوضح تطور المستقر لنشاط الفندق.

[1] جدول يوضح نسبة الإستغلال و التردد ـ وثائق رسمية لفندق الأوراسي .



منحنى يوضح نسبة التردد و الإستغلال للفندق

من خلال المنحنى البياني، يتضح لنا أن نسبة استغلال الفندق لقدرات المبيت عرفت نمو ملحوظ خلال سنة 1998 ثم لتنخفض سنة 1999، و تعود إلى الارتفاع لكن الجدير بالذكر و الملاحظ هو تذبذب في نسبة الإستغلال للفندق من سنة إلى أخرى بداية من سنة 1996 التي عرفت نسبة تقارب 36,5% من نسبة الإستغلال. لترتفع في حدود 55,1% و نفس الشيء بالنسبة لسنة 1999 لتعود إلى الارتفاع في سنة 2000 في حدود 64,8% من نسبة الاستغلال فيما يخص الإيواء.

أما فيما يخص نسبة التردد على المطاعم فهي متقاربة بداية من سنة 1997 إلى سنة 2000 رغم ارتفاع عدد الزبائن سنة 1998 و سنة 2000 أين نسبة التردد قاربت 60%، من خلال هذا الطرح للمعطيات و البيانات المتوفرة لدينا نستنتج أن للفندق طاقات تمكين توظيفها بهدف استغلال كل الإمكانيات المادية و البشرية المؤهلة التي يتوفر عليها الفندق و ذلك باستخدام سياسة تسويقية فعالة لمواجهة المنافسة و الحفاظ على مكانة الفندق في السوق.

3- دراسة نسبة النمو لرقم الأعمال:

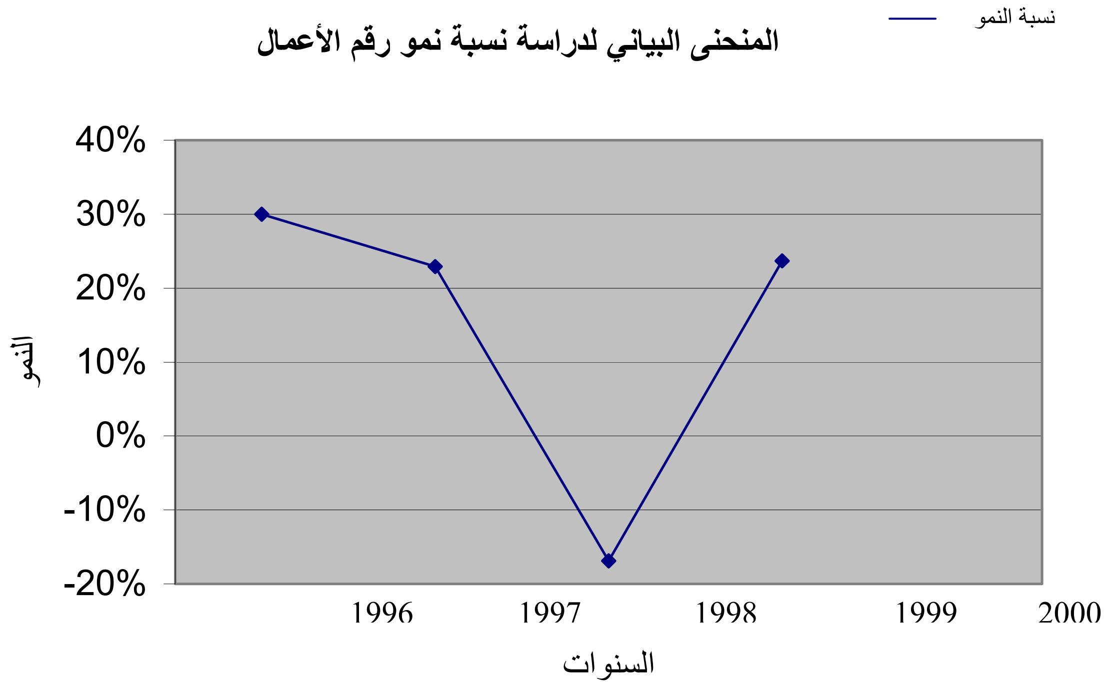
تؤخذ هذه النسبة من الإنتاج خارج الضريبة عبر السنوات الأخيرة لمعرفة نسبة النمو للفندق و التنبؤ للسنوات القادمة، و تعتبر هذه الدراسة مهمة لتحديد الأهداف المحققة و القيام بدراسة تسييرية تسمح لها بمعرفة النقائص و تصحيح الإنحرافات و قيام بدراسة تقديرية تسمح لها ببلوغ أهدافها.

و الجدول التالي يوضح نسبة النمو لرقم أعمال لـ 5 سنوات و هو كالتالي:

جدول يوضوح نسبة نمو رقم الأعمال[1]

السنوات	الإنتاج خارج الضريبة	النمو	نسبة النمو
1996	478,9	209,60	% 30
1997	688,5	204,30	% 22,89
1998	892,8	- 129,50	% - 16,9
1999	763,3	- 238,00	% 23,7
2000	1001,3	-	

من خلال الجدول التالي، نلاحظ أن نسبة النمو تتقارب من سنة إلى أخرى، على غرار السنتين الأولتين، فيما يخص سنة 1999 فنسبة النمو سلبية راجع إلى انخفاض رقم الأعمال مقارنة بنسبة 1998، كما نلاحظ أن نسبة التكاليف الإجمالية قاقت 40% من قيمة رقم الأعمال، كل هذه العوامل ساعدت على تدهور رقم أعمال الفندق، و رغم تراجع أداء الفندق إلا أنه استرجع إمكانياته بحلول سنة 2000 لترتفع النسبة مقارنة بنسبة 1999.



المنحنى البياني يوضح نسبة نمو رقم الأعمال خلال السنوات الأخيرة.

على غرار الجدول الذي يوضح نسبة نمو الفندق فالرسم البياني يعطي صورة أكثر دقة لتطور رقم الأعمال من سنة إلى أخرى و يوضح التدهور الذي عرفه رقم الأعمال الفندق خلال سنة 1999 و العودة التدريجية لنسبة النمو سنة 2000.

---

[1] وثائق رمسية لفندق الأوراسي

4)- نسبة القيمة المضافة:

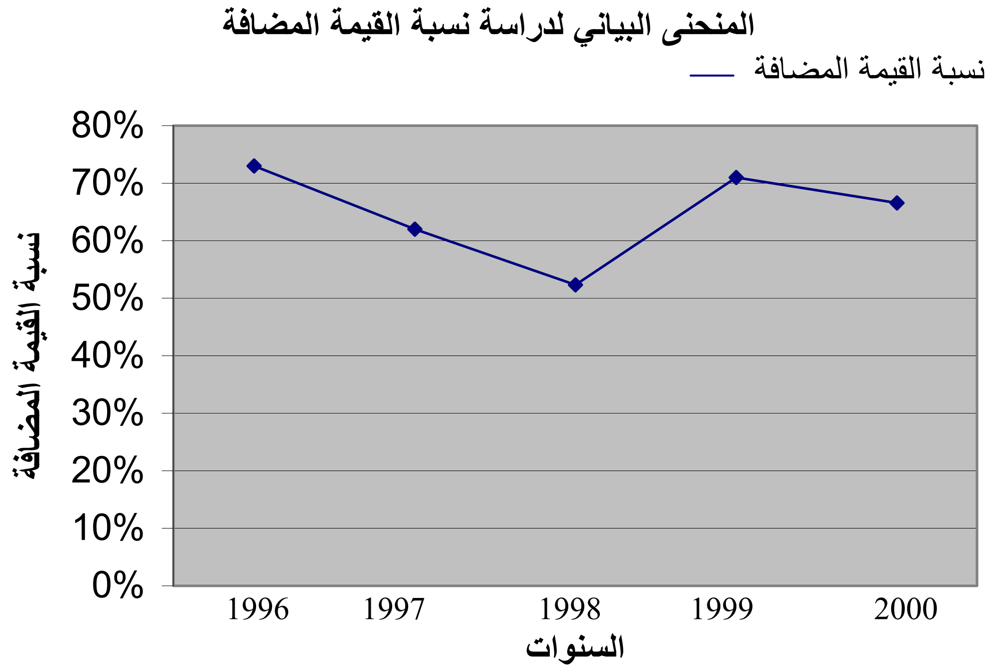
تعطي هذه النسبة المتمثلة في نسبة القيمة المضافة مقارنة بحجم النشاط المتمثل في رقم الأعمال الفندق، و هذا بهدف معرفة النسبة المئوية للقيمة المضافة مقارنة برقم أعمال خارج الضريبة.

من خلال الجدول التالي، تعطي صورة واضحة على نسبة القيمة المضافة على رقم الأعمال.

جدول يوضح نسبة القيمة المضافة[1]

السنوات	رقم الأعمال	القيمة المضافة	النسبة = القيمة المضافة / رقم الأعمال
1996	478,9	352	% 73
1997	688,5	428	% 62
1998	892,8	467	% 52,3
1999	763,3	542	% 71
2000	1001,3	667	% 66,6

[1] وثائق رسمية فندق الأوراسي



من خلال الجدول و المنحنى البياني الذي يوضح أن نسبة القيمة المضافة مقارنة بحجم النشاط المتمثل في رقم أعمال الفندق، نستنتج أن نسبة القيمة المضافة متقاربة من سنة إلى أخرى، رغم أن سنة 1999 سجلت فيه إدارة الفندق خسائر مالية، و هذا راجع إلى ضخامة التكاليف الملقاة على عاتق الفندق، سواء كانت تكاليف ثابتة أو تكاليف متغيرة حسب درجة نشاط الفندق.

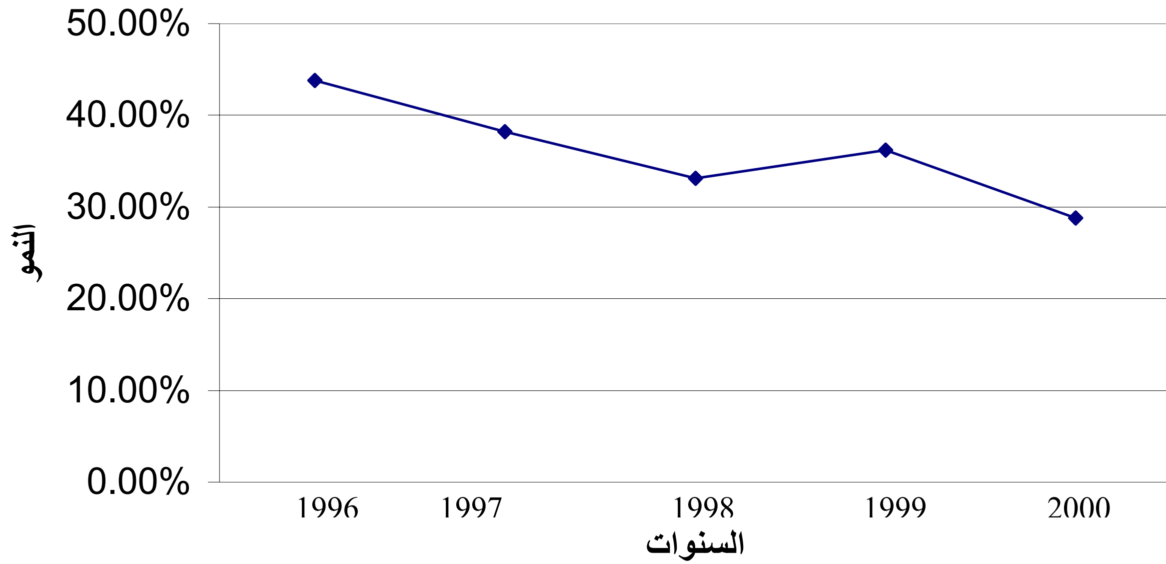
5- نسبة مصاريف العاملين :

تؤخذ هذه النسبة من مجموع مصاريف و أجور العمال على القيمة المضافة، و الهدف من تحديد هذه النسبة هو تحديد تكلفة العامل على حجم النشاط خارج الضريبة.

و الجدول التالي يوضح ذلك :

جدول يوضح مصاريف العاملين على القيمة المضافة[1]

السنوات	القيمة المضافة	تكاليف و أجور العاملين	النسبة
1996	352	154,2	% 43,8
1997	428	163,8	% 38,2
1998	467	179,6	% 33,1
1999	542	196,1	% 36,18
2000	667	192,2	% 28,8



من خلال الجدول و المنحنى البياني التالي الذي يوضح نسبة أجور العاملين مقارنة بالقيمة المضافة نستنتج من خلال هذه النسبة أنها متقاربة و في انخفاض مستمر من سنة إلى أخرى عكس سنة 1999 التي عرفت ارتفاع لتنخفض مرة أخرى إلى مادون 30%، كما نلاحظ من خلال الجدول أن تكاليف العاملين في ارتفاع مستمر من سنة إلى أخرى. و لهذا نرى أنه من الضروري أن تأخذ إدارة الفندق بعين الإعتبار هذه المعطيات من أجل القيام بدراسة تسييرية فعالة الهدف منها الضغط على مختلف التكاليف سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة.

6- نـسبـــــة الـهـامـــــش الإجـمـالـــــــي:

تؤخذ هذه النسبة الهامش الإجمالي على رقم الأعمال خارج الضريبة، و الجدول التالي يوضح الإستقرار لنسبة الهامش الإجمالي بالمقارنة مع رقم الأعمال.

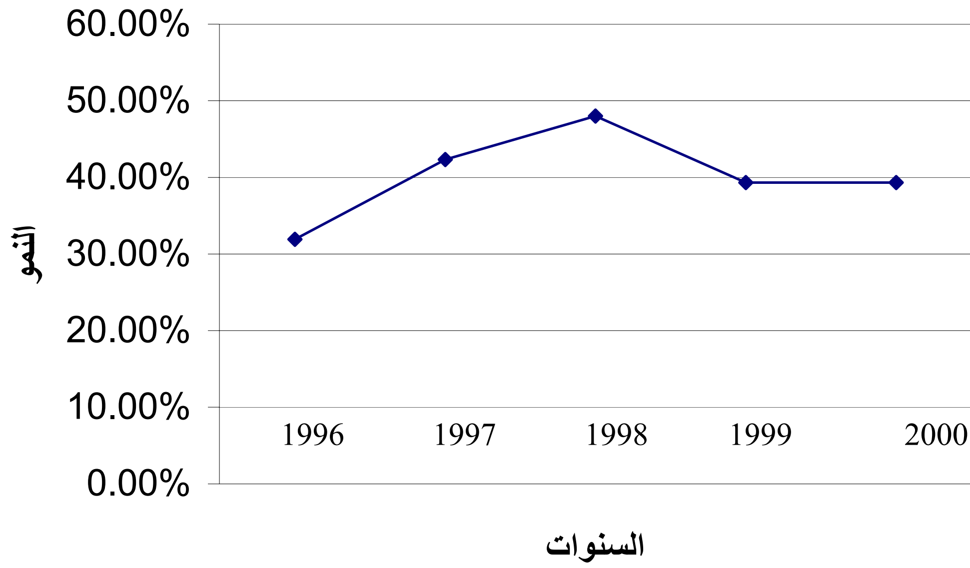
جدول يوضح نسبة الهامش الإجمالي على رقم الأعمال[1]

لسنـــوات	الناتـج الخـام للإستغـلال	رقـم الأعـمـال	نـسـبـة الهامش الـخـام
1996	153	478,9	% 31,9
1997	291	688,5	% 42,3
1998	428	892,6	% 48,0
1999	300	763,6	% 39,3
2000	472,6	1001,3	% 39,3

الوحدة : 1 مليون دينار

[1] وثائق رسمية فندق الأوراسي
[1] وثائق رسمية فندق الأوراسي

منحنى بياني لنسبة مصاريف العاملين



إن النتائج المتحصل عليها بعد خصم الضرائب لسنة 1999 المقدرة بـ 174 مليون دينار تحتل 11,6% من رأس المال الإجمالي و 22 % من رقم الأعمال للفندق. يتضح لنا أن الهامش الإجمالي الخام يتطور و يستقر في نسبة النمو للأرباح بحيث تم الحفاظ سنة 2000 على نفس النسبة مع ملاحظة الاستقرار الحاصل لنشاط الفندق.

7- نسبة مصاريف العاملين على رقم الأعمال :

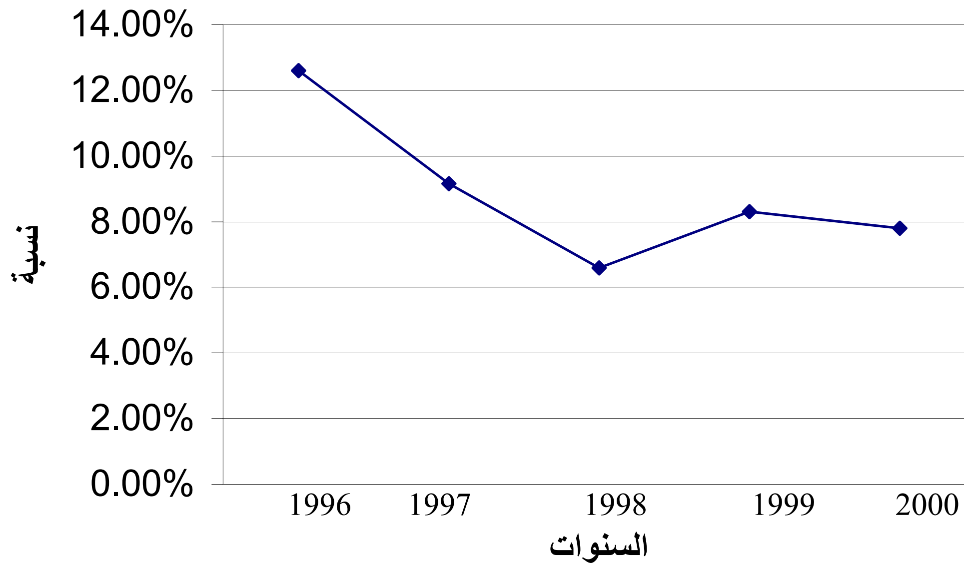
تعتبر هذه النسبة مهمة باعتبارها نسبة تقدر المصاريف المالية خلال السنة على رقم الأعمال خارج الضريبة، و تسمح لنا بمعرفة نسبة المخرجات على المدخلات أي إعطاء صورة و نظرة على الأحوال المستمرة، و المدخلات من رقم الأعمال.

الجدول التالي يوضح ذلك.

جدول يوضح مصاريف العاملين على رقم الأعمال خارج الضريبة[1]

البيان / السنوات	المصاريف المالية	رقم الأعمال خارج الضريبة	نسبة المصاريف المالية
1996	60,5	487,9	% 12,6
1997	63	688,5	% 9,15
1998	59	892,6	% 6,6
1999	64	763,6	% 8,3
2000	78	1001,3	% 7,8

منحنى بياني لنسبة مصاريف العاملين على رقم الأعمال



من خلال الجدول التالي و المنحى البياني، يوضح أن المصاريف المالية تقريبا مستقرة في السنوات الأخيرة، و تزداد بزيادة رقم الأعمال، لكن في الأصل أن المصاريف المالية تزداد بانخفاض رقم الأعمال، و تنخفض بارتفاع رقم الأعمال خارج الضريبة، هذا ما نلاحظه

[1] وثائق رسمية فندق الأوراسي

خلال سنة 1996 بحيث قدرت المصاريف المالية حوالي 69,5 مليون دينار بنسبة 12,6 % ثم انخفضت إلى 6,6 % و ذلك بارتفاع في رقم الأعمال بنسبة 22,89 % سنة 1998 مقارنة بنسبة 1997، و الملاحظ من خلال المعطيات أن مصاريف العاملين ارتفعت بارتفاع رقم الأعمال لسنة 2000 لتستقر في حدود 7,8 %.

8- نسبة التمويل الذاتي:

تستعمل هذه النسبة لمعرفة مدى قدرة المؤسسة أو الفندق على تمويل استثماراته و تجديد هياكله بدون اللجوء إلى الإستدانة بالقروض على أنواعها، تعتبر نسبة التمويل الذاتي مهمة للفندق، فمن خلالها تسمح لإدارة الفندق تجنب الضغوط الخارجية في تسيير الفندق. و تكون لها الإستقلالية في اتخاذ القرارات التسييرية التي تراها مناسبة في غدارة الفندق.

من خلال الجدول التالي يوضح لنا استقلالية الفندق عن مختلف المؤسسات المالية كما يلي :

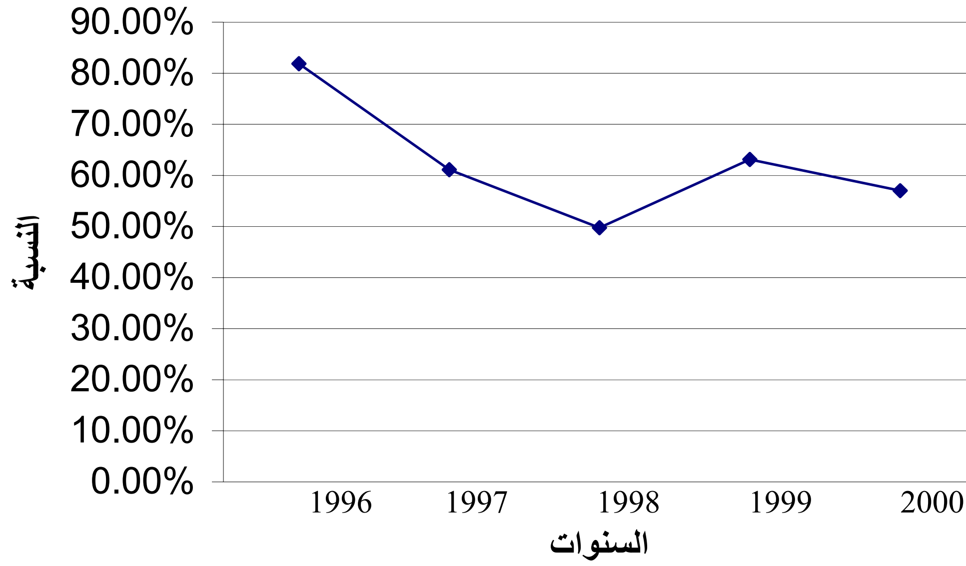
جدول يوضح نسبة التمويل الذاتي للفندق[1]

البيان السنوات	رقم الإجمالي خارج الضريبة	الهامش الإجمالي	نسبة التمويل الذاتي
1996	478,9	392	% 81,85
1997	688,5	421	% 61,14
1998	892,6	444	% 49,73
1999	763,6	482	% 63,12
2000	1001,3	571	% 57

الوحدة : 1 مليون دينار جزائري

[1] وثائق رسمية فندق الأوراسي

منحنى بياني لنسبة التمويل الذاتي



من خلال الجدول التالي و المنحنى البياني يتبين أن نسبة التمويل الذاتي في انخفاض مستمر من سنة إلى أخرى رغم ارتفاع في رقم الأعمال غلا أن نسبة التمويل الذاتي في تراجع مستمر، رغم ذلك فإن الفندق في مقدوره تمويل نفسه بنفسه دون اللجوء إلى الإستدانة على الغير.

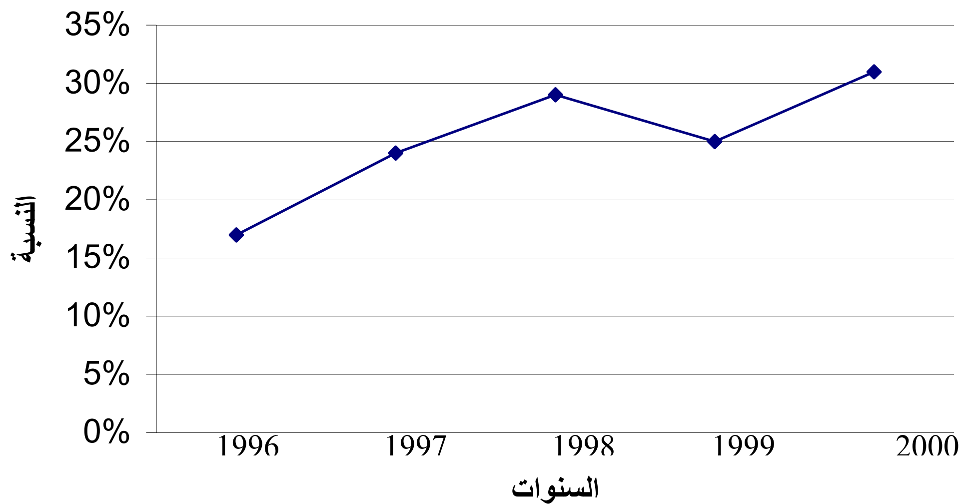
9- نسبـــــة الإستثمــــــــار :

تعتبر هذه النسبة ذات أهمية قصوى باعتبارها تسمح لنا بمعرفة حجم الإستثمار التي تقوم به مؤسسة الأوراسي خلال السنوات الأخيرة مقارنة برقم أعمالها. و الجدول التالي يوضح نسبة الإستثمار في الفندق.

جدول يوضح حجم الإستثمارت للفندق[1]

السنوات	رقم الأعمال	الإستثمارات	نسبة الإستثمار
1996	478,9	2758	% 17
1997	688,5	2857	% 24
1998	892,8	2989	% 29
1999	763,3	3001	% 25
2000	1001,3	3179	% 31

منحنى بياني لنسبة الإستثمار



[1] وثائق رسمية فندق الأوراسي

من خلال الجدول التالي و المنحنى البياني يوضح أن المؤسسة تقوم سنويا بتخصيص حصة من رقم أعمالها لتجديد استثماراتها و ذلك لخصوصية القطاع باعتبار أن الفندق يقوم سنويا بتجديد مختلف هياكله من أجل الحفاظ على القيمة المعنوية للفندق و بهدف تحسين نوعية الخدمات المقدمة و بالتالي الحفاظ على زبائنه، و النسبة في ارتفاع مستمر من سنة إلى أخرى.

10- قدرات التسديد:

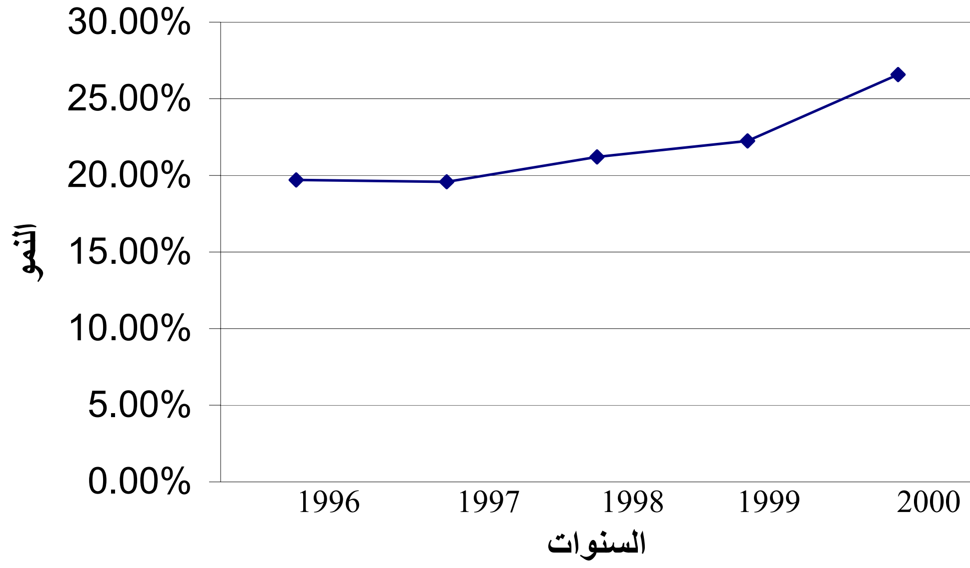
هذه النسبة تسمح لنا بمعرفة قدرات المؤسسة على تسديد ديونها اتجاه الموردين و ذلك من خلال التطرق إلى مختلف الديون طويلة، متوسط و قصيرة المدى على حساب الهامش الإجمالي للتمويل الذاتي و الجدول التالي يوضح ذلك.

جدول يوضوح قدرات التسديد للفندق[1]

السنوات	ديون	الهامش الإجمالي	نسبة التسديد
1996	1990	392	% 19,7
1997	2105	421	% 19,6
1998	2095	444	% 21,2
1999	2167	482	% 22,24
2000	2146	571	% 26,6

الوحدة : مليون دينار جزائري

منحنى بياني لنسبة قدرات التسديد



من خلال الجدول التالي و المنحنى البياني يتضح لنا أن نسبة التسديد تتراوح في حدود 20% من الهامش الإجمالي مع ارتفاع محسوس في السنوات الأخيرة حتى تصل إلى % 26,6 سنة 2000.

الخــاتمــــــــة و الـنـتـــائـــج

- خــاتمــــــــة:

أصبح من باب اليقين أن النشاط الفندقي نشاط اقتصادي متميز باعتباره نشاط متشابك مع عدة قطاعات اقتصادية أخرى و ترابطه بالقطاع السياحي، بحيث لا وجود للفندقة بدون سياحة و لا وجود لسياحة بدون فندقة.

فالسياحة هي نشاط المستقبل المشرق لتأثيرها الفعال في جميع النشاطات الإقتصادية الصناعية و الفلاحية أو نشاطات استراتيجية أو أنشطة الخدمات من نقل و مواصلات على اختلافها من برية، بحرية و جوية و كذلك القطاع الفندقي و ما يليه في التنمية السياحية سواء كانت داخلية أو خارجية باعتباره الركيزة الأساسية للنشاط السياحي.

و من هنا قمنا بدراسة حول الصناعة الفندقية و دورها في تحقيق التنمية الشاملة من أجل إبراز الأهمية الإقتصادية و الإجتماعية لهذا القطاع على تحقيق التطور الإقتصادي و تحسين مستوى معيشة أفراد المجتمع.

لقد تطرقنا في الجانب النظري الدراسة التي تخص موضوع الفندقة إلى ترابطه بمختلف القطاعات الأخرى و حساسية هذا القطاع باعتباره قطاع خدمات يعتمد بالأساس على موارد بشرية مدربة و مؤهلة تقوم بتقديم كل الخدمات من إيواء، إطعام، و خدمات أخرى للعملاء بهدف الحفاظ عليهم و تحقيق مردودية للفندق باعتبار الزبون هو المورد الوحيد للفندق و من أجل التوصل إلى تبيين أهمية الصناعة الفندقية و مساهمة في تحقيق تنمية اقتصادية، اجتماعية و سياحية قمنا بدراسة الفندق، و خصائص و دراسة الهيكل التنظيمي للفندق مع

إبراز التأثير الإيجابي للصناعة الفندقية على الإقتصاد الوطني عن طريق الزيادة في الدخل القومي و تحقيق تنمية اجتماعية عن طريق تحسين المستوى المعيشي للفرد و كذلك تطوير التنمية الثقافية و السياحية عن طريق تنمية السياحة الجبلية و الصحراوية و إبراز مختلف الشواهد التاريخية و الأثرية التي تزخر بها الجزائر ماهو إلا دليل على تعاقب الحضارات على بلادنا، بالإضافة إلى ذلك فقد تطرقنا إلى التطور الحاصل في المجال الفندقي بحيث أصبح الفندق لا يقدم خدمات الإيواء بل تعدى ذلك بالوصول إلى تقديم كل وسائل الراحة من محلات، وكالات السفر و السياحة، خدمات بنكية و مصرفية، الإطعام، و خدمات أخرى، كل هذه الخدمات تهدف إلى جلب أكبر عدد من العملاء و الحفاظ عليهم في ظل اقتصاد مفتوح يعتمد على المنافسة مع فنادق ذات سمعة عالمية و ذلك عن طريق دراسة للسوق و دراسة لسلوك المستهلك تسمح لإدارة الفندق تحديد الأهداف المسطرة و إعداد استراتيجية ترقية فعالة عن طريق الإستغلال الأمثل للموارد المتاحة من موارد مالية و موارد بشرية.

بينما استهلنا الجانب التطبيقي من دراستنا بتشخيص الفندق باستعراض تعريف الفندق و التحولات الإقتصادية و الإصلاحات سمحت للفندق بالدخول بقوة للسوق نظرا لموقعه الجغرافي و لما يملكه من مؤهلات تسمح له بمجابهة المنافسة الخارجية و من فنادق ذات سمعة عالمية .

و استخلصنا من خلال الدراسة أن مؤسسة تسيير الأوراسي لها من المؤهلات ما تسمح لها بدخول بقوة إلى السوق و احتلال مكانة هامة بفضل التسيير المحكم للفندق و بعد تحليل مختلف النسب و مؤشرات التسيير اتضح لنا أن الفندق يعتمد على استراتيجية تسييرية مرنة مرونة النشاط الفندقي لكن هناك نقائص يعاني منها لم يتم تصحيحا و المتمثلة في :

- أن حجم نشاط الفندق يقارب 50 % من الكفاءة الإنتاجية و بالتالي عدم وجود سياسة تسييرية فعالة في مجال استغلال كافة الموارد المتاحة بهدف تعظيم المنفعة.

- أن رقم العمال المحقق للسنوات الأخيرة مقسم بين الإيواء و الإطعام و أن حجم استغلال للغرف على مدار السنة لا يتعدى 50 % من طاقة الإستيعاب و نفس الشيء بالنسبة للإطعام باعتبار أن الفندق يتوفر على 3 مطاعم تستغل بنسبة 50 %.

- عدم وجود سياسة تسويقية فعالة للفندق كتقديم تخفيضات و مزايا للزبائن تهدف إلى جلب أكبر عدد ممكن من الزبائن.

- عدم وجود سياسة إشهارية للفندق من أجل إبراز الخدمات المقدمة من طرف الفندق مقارنة بالفنادق المنافسة.

- عدم وجود سياسة تسعيرية مرنة تهدف إلى تشغيل الفندق على طول العام، و ذلك بتخفيض السعار في فترات أين نشاط الفندق ينخفض.

الملاحق

الميزانية في

الأصول

المجموع	المبلغ الصافي	الإهتلاكات و المؤونات	المبلغ الإجمالي	البيان
				الاستثمارات
	114021236,20	57010618,10	171031854,30	20 مصاريف إعدادية
	543672000,00	-	543672000,00	22 أراضي
	2474424497,58	1147930248,34	3622354745,92	24 معدات الإنتاج
	225132,46	581853,36	806.985,82	25 معدات اجتماعية
	34406343,39	-	34406343,39	28 استثمارات قيد التنفيذ
3166719209,63	**3166719209,63**	**1705522719,80**	**4372271929,40**	**مجموع صنف 2**
				المخزونات
	26224553,65	437183,18	26661716,83	30 بضائع
	64543225,81	2281936,03	66825161,84	31 مواد و لوازم
	192626,85	-	192626,85	37 مخزون لدى الغير
90960406,31	**90960406,31**	**2719119,21**	**93679505,52**	**مجموع صنف 3**
				الحقوق
				40 حسبابت الخصوم المدينة
	272694035,43	-	272694035,43	42 حقوق الإستثمارات
	2165091,40		2165091,40	43 حقوق على المخزونات
	40066440,10		40066440,10	44 حقوق على الشركاء
	7073089,18		7073089,18	45 تسبيقاتعلى الحساب
	25264662,88		25264662,88	46 تبسيقات الإستغلال
	264011910,28	47460222,49	311472132,77	47 حقوق على الزبائن
	172074763,90		172074763,90	48 متاحات
783349993,17	**783349993,17**	**47460222,49**	**830810215,66**	**مجموع صنف 4**
4041059589.15	**4041059589.15**	**1255702061,50**	**5296761651.00**	**المجموع الإجمالي**

1996/12/31[1]

الخصوم

البيان	المبلغ	المجموع الجزئي
الأموال الخاصة:		
100 راس المال	1500000000,00	
130 احتياطات قانونية	5427869,72	
134 احتياطات اختيارية	32737281,01	
135احتياطات مجمعة	57900000,00	
150 فروق إعادة التقويم	227567031,96	
180 نتائج قيد التخصيص	589798,17	
190 مؤونات الخسائر المحتملة	10205208,76	
مجموع الصنف الأول	**1834427189,62**	**1834427189,62**
الديون :		
50 الحسابات الدائنة للأصول	80026,00	
52 دائنوا الإستمارات	1433117019,20	
53 دائنوا المخزونات	285300,50	
54 مبالغ محتفظ بها في الحساب	66403440,61	
55 ديون اتجاه الشركات الحليفة	459208468,11	
56 ديون الإستغلال	164910113,83	
57 تسبيقات تجارية	7047642,94	
مجموع الصنف الخامس	**2131052011,19**	**2131052011,19**
نتيجة السنة		
88 النتيجة الصافية لسنة 1998	75580388,34	
مجموع الصنف الثامن	**75580388,34**	**75580388,34**
مجموع الكــلــي	**4041059589,15**	**4041059589,15**

جدول حسابات النتائج 1996/12/31 [1]

[1]وثائق رسمية لفندق الأوراسي

[1]وثائق رسمية فندق الأوراسي

رقم الحساب	البيان	مبلغ مدين	مبلغ دائن
70	مبيعات بضائع		72468573,66
60	بضائع مستهلكة	19633340,31	
80	الهامش الإجمالي		52835233,35
80	**الهامش الإجمالي**		**52835233,35**
71	إنتاج مباع		265278867,32
74	خدمات مقدمة		350813818,84
75	تحويل تكاليف الإنتاج		509793,45
61	مواد و لوازم مستهلكة	122593936,58	
62	خدمات	49426525,85	
81	**القيمة المضافة**		**497417250,53**
81	القيمة المضافة		497417250,53
77	نتائج مختلفة		19745398,49
78	تحويل تكاليف الإستغلال		4247554,20
63	أجور العاملين	163810729,71	
64	ضرائب و رسوم	36065627,90	
65	مصاريف مالية	3687208,27	
66	مصاريف مختلفة	5998274,02	
68	مؤونات و اهتلاكات	134279096,37	
83	**نتيجة الاستغلال**		**177559266,95**
79	نتائج خارج الإستغلال		98693327,19
69	تكاليف خارج الاستغلال	168961630,80	
84	**نتيجة خارج الاستغلال**	**70268303,61**	
83	نتيجة الإستغلال		177569266,95
84	نتيجة خارج الإستغلال	70268303,61	
880	**النتيجة الإجمالية**		**107300963,34**
889	ضرائب على الأرباح	31720575,00	
88	**النتيجة الصافية**		**75580388,34**

الميزانية في

الأصول

البيان	المبلغ الإجمالي	الإهتلاكات و المؤونات	المبلغ الصافي	المجموع
الاستثمارات				
20 مصاريف إعدادية	171031854,30	114021236,20	57010618,10	
22 أراضي	543672000,00	-	543672000,00	
24 معدات الإنتاج	3716328165,91	1267006837,47	2449321328,44	
25 معدات اجتماعية	806985,82	611166,66	195819,16	
28 استثمارات قيد التنفيذ	27538487,95	-	27538487,95	
مجموع الصنف 2	**4459377493,98**	**1381639240,33**	**30777738253,65**	**3077738253,65**
المخزونات				
30 بضائع	20623324,83	437183,18	20186141,65	
31 مواد و لوازم	62386317,72	2281936,03	60104381,69	
37 مخزون لدى الغير	1026300,95	-	1026300,95	
مجموع الصنف 3	**84035943,50**	**2719119,21**	**81316824,29**	**81316824,29**
الحقوق				
40 دائنوا الإستثمارات	328971,27		328971,27	
42 دائنوا المخزونات	479734957,74		479734957,74	
43 حقوق	1824270,00		1824270,00	
44 تسبيقات الحسابات	40000000,00		40000000,00	
45 تسبيقات الإستغلال	9098254,22		9098254,22	
46 زبائن	35478529,82		35478529,82	
47 زبائن	258228716,32	65108062,36	193120653,96	
48 متاحات	263593786,38		263593786,01	
مجموع الصنف 4	**1088287485,85**	**65108062,36**	**1023179423,02**	**1023179423,02**
المجموع الإجمالي	**5631700923.33**	**1449466421.90**	**4182234500,96**	**4182234500,96**

1997/12/31 [1]

الخصوم

المجموع الجزئي	المبلغ	البيان
		الأموال الخاصة:
	1500000000,00	100 راس المال
	9206869,72	130 احتياطات قانونية
	33327079,18	134 احتياطات اختيارية
	57900000,00	135تجديد راس المال
	227567031,96	150 فروق إعادة التقويم
	7673388,34	180 نتائج قيد التخصيص
	5748258,63	190 مؤونات الخسائر المحتملة
	18293340,00	195 مؤونات للتوزيع
1859715967,83	**1859715967,83**	**مجموع الصنف الأول**
		الديون :
	26603,20	50 الحسابات الدائنة للأصول
	1393303723,78	52 دائنوا الإستمارات
	2040888,41	53 دائنوا المخزونات
	76129581,69	54 مبالغ محتفظ بها في الحساب
	439208468,11	55 ديون اتجاه الشركات الحليفة
	189057981,58	56 ديون الإستغلال
	5658034,87	57 تسبيقات تجارية
2105425281,64	**2105425281,64**	**مجموع الصنف الخامس**
		نتيجة السنة
	217093251,99	88 النتيجة الصافية لسنة 1998
217093251,49	**217093251,49**	**مجموع الصنف الثامن**
4182234500,96	**4182234500,96**	**المجموع الإجمالي**

[1]وثائق رسمية لفندق الأوراسي

جدول حسابات النتائج 1997/12/31[1]

رقم الحساب	البيان	مبلغ مدين	مبلغ دائن
70	مبيعات بضائع		67998122,29
60	بضائع مستهلكة	18531350,11	
80	الهامش الإجمالي		49466772,18
80	**الهامش الإجمالي**		**49466772,18**
71	انتاج مباع		340808973,93
74	خدمات مقدمة		484045779,22
75	تحويل تكاليف الإنتاج		1783372,34
61	مواد و لوازم مستهلكة	157511365,40	
62	خدمات	58515281,53	
81	**القيمة المضافة**		**660078250,74**
81	القيمة المضافة		660078250,74
77	نتائج مختلفة		50104353,47
78	تحويل تكاليف الإستغلال		3731743,99
63	أجور العاملين	179623255,13	
64	ضرائب و رسوم	43269139,18	
65	مصاريف مالية	3116843,52	
66	مصاريف مختلفة	6981765,90	
68	مؤونات و اهتلاكات	129563413,94	
83	**نتيجة الاستغلال**		**351359930,53**
79	نتائج خارج الإستغلال		91473036,82
69	تكاليف خارج الاستغلال	158297466,86	
84	**نتيجة خارج الاستغلال**	**66824430,04**	
83	نتيجة الإستغلال		351359930,53
84	نتيجة خارج الإستغلال	66824430,04	
880	**النتيجة الإجمالية**		**28453500,49**
889	ضرائب على الأرباح	67422249,00	
88	**النتيجة الصافية**		**217093251,49**

[1] وثائق رسمية لفندق الأوراسي

الميزانية في

الأصول

البيان	المبلغ الإجمالي	الإهتلاكات و المؤونات	المبلغ الصافي	المجموع
الاستثمارات				
20 مصاريف إعدادية	171031854,30	171031854,30		
22 أراضي	543672000,00		543672000,00	
24 معدات الإنتاج	3983090082,82	1374515024,33	2608575058,49	
25 معدات اجتماعية	806985,82	640479,97	166505,85	
28 استثمارات قيد التنفيذ	27442595,00		27442595,00	
مجموع الصنف 2	**4726043517,94**	**1546187358,60**	**3179856159,34**	**3179856159,34**
المخزونات				
30 بضائع	32875358,12	2657309,64	30218048,48	
31 مواد و لوازم	74934276,36	4050103,95	70884172,41	
37 مخزون لدى الغير	30639,76		30639,76	
مجموع الصنف 3	**107840274,24**	**6707413,59**	**101132806,65**	**101132806,65**
الحقوق				
40 حسابات الخصوم المدينة	11810030,56		11810030,56	
42 حقوق الإستثمارات	377753291,82	87500,00	377665791,82	
43 حقوق على المخزونات	1878270,00		1878270,00	
44 حقوق على الشركات	40000000,00		40000000,00	
45 تسبيقاتعلى الحساب	12959375,50		12959375,50	
46 تبسيقات الإستغلال	75378545,06		75378545,06	
47 حقوق على الزبائن	381980566,19	66497236,06	315483330,13	
48 متاحات	73158803,70		73158803,70	
مجموع الصنف 4	**974918882,83**	**66584736,06**	**908334146,77**	**908334146,77**
المجموع	**5808802675,01**	**1619479508,25**	**4189323166,76**	**4189323166,76**

1998/12/31[1]

الخصوم

البيان	المبلغ	المجموع الجزئي
الأموال الخاصة:		
100 راس المال	1500000000,00	
130 احتياطات قانونية	89026988,73	
134 احتياطات اختيارية	97900000,00	
150 فروق إعادة التقويم	151711354,64	
180 نتائج قيد التخصيص		
190 مؤونات الخسائر المحتملة	8669431,79	
مجموع الصنف الأول	**1847307775,16**	**1847307775,16**
الديون :		
50 الحسابات الدائنة للأصول	93134248,75	
52 دائنوا الإستمارات	1363025419,54	
53 دائنوا المخزونات	537293,20	
54 مبالغ محتفظ بها في الحساب	68843160,27	
55 ديون اتجاه الشركات الحليفة	439208468,11	
56 ديون الإستغلال	182871418,07	
57 تسبيقات تجارية	19889695,00	
مجموع االصنف الخامس	**2167509702,94**	**2167509702,94**
نتيجة السنة		
88 النتيجة الصافية لسنة 1999	174505688,66	
مجموع الصنف الثامن	**174505688,66**	**174505688,66**
المجموع	**4189323166,76**	**4189323166,76**

[1] وثائق رسمية لفندق الأوراسي

جدول حسابات النتائج 1998/12/31 [1]

رقم الحساب	البيان	مبلغ مدين	مبلغ دائن
70	مبيعات بضائع		65649631,80
60	بضائع مستهلكة	17406806,24	
80	**الهامش الإجمالي**		**48242825,56**
80	الهامش الإجمالي		48242825,56
71	انتاج مباع		293417524,16
74	خدمات مقدمة		404237204,02
75	تحويل تكاليف الإنتاج		1278622,56
61	مواد و لوازم مستهلكة	131275584,85	
62	خدمات	72926512,38	
81	**القيمة المضافة**		**542974079,07**
81	القيمة المضافة		542974079,07
77	نتائج مختلفة		20772736,36
78	تحويل تكاليف الإستغلال		5294913,92
63	أجور العاملين	196132638,28	
64	ضرائب و رسوم	37805223,30	
65	مصاريف مالية	6464922,34	
66	مصاريف مختلفة	7503165,25	
68	مؤونات و اهتلاكات	139039812,11	
83	**نتيجة الإستغلال**		**182095968,07**
79	نتائج خارج الإستغلال		231603670,61
69	تكاليف خارج الاستغلال	181011174,02	
84	**نتيجة خارج الإستغلال**		**50592496,59**
83	نتيجة الإستغلال		182095968,07
84	نتيجة خارج الإستغلال		50592496,59
880	**النتيجة الإجمالية**		**232688464,66**
889	ضرائب على الأرباح	58182776,00	
88	**النتيجة الصافية**		**174505688,66**

[1] وثائق رسمية لفندق الأوراسي

لميزانية في

الأصول

البيانات	المبلغ الإجمالي	الإهتلاكات و المؤونات	المبلغ الصافي	المجموع
الاستثمارات				
20 مصاريف إعدادية	171031854,30	171031854,30		
22 أراضي	543672000,00		543672000,00	
24 معدات الإنتاج	3384390203,00	1427432088,99	2412958114,01	
25 معدات اجتماعية	1265617,80	1191911,84	73705,96	
28 استثمارات قيد التنفيذ	44504149,43		44504149,43	
مجموع الصنف 2	**4600899824,53**	**1599655855,13**	**3001243969,40**	**3001243969,40**
المخزونات				
30 بضائع	14802500,94		14802500,94	
31 مواد و لوازم	137624656,84	5695416,10	131929240,74	
37 مخزون لدى الغير	47126,92		47126,92	
مجموع الصنف 3	**152474284,70**	**5695416,10**	**146788868,60**	**146788868,60**
الحقوق				
40 حسابات الخصوم المدينة	145601,31		145601,31	
42 حقوق الإستثمارات	395739216,26	50000,00	395689216,26	
43 حقوق على المخزونات	2041907,50		2041907,50	
44 حقوق على الشركاء	40000000,00		40000000,00	
45 تسبيقاتعلى الحساب	8781262,53		8781262,53	
46 تبسيقات الإستغلال	97030236,32		97030236,32	
47 حقوق على الزبائن	332492273,95	74713993,50	257778280,45	
48 متاحات	189214591,76		189214591,76	
مجموع الصنف 4	**1065445089,63**	**74763993,50**	**990681096,13**	**990681096,13**
المجموع	**4715214955,53**	**1619479508,25**	**3095735447,28**	**3095735447,28**

2000/12/31[1]

الخصوم

المجموع الجزئي	المبلغ	البيان
		الأموال الخاصة:
	1500000000,00	100 راس المال
	110000000,00	130 احتياطات قانونية
	148900000,00	134 احتياطات اختيارية
	75855677,32	150 فروق إعادة التقويم
1834755677,32	**1834755677,32**	**مجموع الصنف الأول**
		الديون :
	138765553,93	52 دائنوا الإستمارات
	183489,68	53 دائنوا المخزونات
	53028860,07	54 مبالغ محتفظ بها في الحساب
	480776459,01	55 ديون اتجاه الشركات الحليفة
	322122368,00	56 ديون الإستغلال
	8080676,74	57 تسبيقات تجارية
1002957407,43	**1002957407,43**	**مجموع الصنف الخامس**
		نتيجة السنة
	258022362,53	88 النتيجة الصافية لسنة 2001
	258022362,53	**مجموع الصنف الثامن**
3095735447,28	**3095735447,28**	**المجموع**

جدول حسابات النتائج 2000/12/31 [1]

[1]وثائق رسمية من فندق الأوراسي

[1]وثائق رسمية لفندق الأوراسي

رقم الحساب	البيان	مبلغ مدين	مبلغ دائن
70	مبيعات بضائع		71936939,34
60	بضائع مستهلكة	14793810,28	
80	**الهامش الإجمالي**		**57143129,06**
80	الهامش الإجمالي		57143129,06
71	انتاج مباع		374170952,03
74	خدمات مقدمة		503451394,55
75	تحويل تكاليف الإنتاج		8517640,40
61	مواد و لوازم مستهلكة	142104224,30	
62	خدمات	65623720,04	
81	**القيمة المضافة**		**735555171,70**
81	القيمة المضافة		735555171,70
76	مدخولات مالية		50000,00
77	نتائج مختلفة		7725496969,86
78	تحويل تكاليف الإستغلال		8538977,54
63	أجور العاملين	206528592,96	
64	ضرائب و رسوم	39643505,31	
65	مصاريف مالية	78789291,48	
66	مصاريف مختلفة	8427423,93	
68	مؤونات و اهتلاكات	160936419,91	
83	**نتيجة الاستغلال**		**275316885,51**
79	نتائج خارج الإستغلال		200643153,61
69	تكاليف خارج الاستغلال	217937676,59	
84	**نتيجة خارج الاستغلال**	**17294522,98**	
83	نتيجة الإستغلال		275316885,51
84	نتيجة خارج الإستغلال	17294522,98	
880	**النتيجة الإجمالية**		**258022362,53**
889	ضرائب على الأرباح	59209032,00	
88	**النتيجة الصافية**		**198813330,53**

المراجع

- الدكتور عبد الهادي الجوهري، علم اجتماع الإدارة ، مفاهيم وقضايا دار المعارف 1987.
- الدكتور محمد السعيد عبد الفتاح ، الإدارة العامة 19 الدكتور حسن عثمان محمد عثمان دروس في الإدارة العامة 199

المراجع باللغة العربية:

1. ابراهيم درويش، الإدارة العامة في النظرية و الممارسة، المصرية العامة للكتاب، القاهرة 1976.
2. أبو زياد صبري، اقتصاديات التنمية و التخطيط، مكتبة عبد الدايم، الإسماعيلية 1994.
3. أحمد كمال أنور جلاد، الإيكولوجية و التنشيط السياحي، رسالة دكتوراه ، جامعة عين شمس.
4. حسين كفافي ، تخطيط السياحي في مصر ، المعرفة الجامعية ، 1987 .
5. خالد مقابلة، تسويق الفندقي مدخل شامل، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان 1998.
6. سعيد عويظة، اجتماعيات السياحة، مطابع الذهب أسوان، 1990.
7. كريم قاسم، تسويق السياحي في الجزائر ، رسالة ماجيستير ، المدرسة العليا للتجارة، سنة 1998 .
8. محمد أمين محي الدين ، السيد علي ، إدارة الفنادق و رفق كفاءتها الإنتاجية ، عمان ، 1998 .
9. ماهر عبد العزيز توفيق ، مبادئ إدارة الفنادق، دار زهران للنشر و التوزيع عمان 1998 .
10. موسى اللوزي التنمية الإدارية، المفاهيم، الأسس، التطبيقات، دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان 2000.
11. متنى طه الحوري ، اسماعيل محمد علي الدباغ ، مبادئ السفر و السياحة ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان 2001 .

12.محمد رفيق الطيب ، مدخل للتسيير ، أساسيات وظائف ، تقنيات ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1995 .

13.متنى الحجاج ، بحوث التسويق في مصر ، رسالة ماجيستير ، جامعة عين شمس 1995 .

14.هاشم أحمد عطية ،نظام المحاسبي و نظام محاسبة التكاليف في المنشآت الخدمية، دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان 1998 .

15.يوسف ويصا، خاطفة عن السياحة، تاريخها، تطورها، مجلة البحوث السياحية، القاهرة 1994.

المراجع باللغة الفرنسية:

1. **Jaques Horovitz**, " la qualité des services", inter édition, 1987, Paris
2. **Kotler et Dubois**, "Marketing, Management" 7éme édition, 1992, Paris
3. **Kotler et Dubois**, Marketing, Management 8éme édition, 1994, Paris
4. **Pierre Eglier, Eric Langeard**, "le Marketing des services" , inter édition, 1991, paris .
5. **Serge Evreart,** " Analyse et diagnostic financiers, méthodes et cas", 2éme édition, 1992, Eyrolles.
6. Revue Française de marketing, N° 149/4 .
7. Revue Française de marketing, N° 121,1989
8. Revue Française de Gestion, Mars / Avril ,1998.
9. Revue Algérie Tourisme, ONT, DEC ,1994.
10. Revue Algérie Tourisme, ONT, AVR, 1995.
11. Revue Algérie Tourisme, ONT, JAN, FEV 1996.

الملخص



الفصل الأول: عموميات حول التسيير السياحة و الخدمات

أخذ القطاع السياحي في العقود الأخيرة في التطور بشكل سريع ، لما لهذا النشاط من أهمية اقتصادية ، اجتماعية ، ثقافية و فكرية ، كونه نشاط إنساني يساعد على التعارف بين المجتمعات و الأفراد ، و باعتبار النشاط السياحي نشاط خدمي و ذلك بتوفير مختلف الخدمات السياحية للزوار من أجانب و محليين فإنه يعتمد على موارد بشرية مؤهلة و مدربة للقيام بمهامها على أحسن وجه ، نتطرق في هذا الفصل إلى إبراز مختلف المفاهيم حول التسيير ، الخدمات و السياحة مع ذكر الأهمية الاقتصادية ، الاجتماعية ، الثقافية و البيئية.

المبحث الأول: مفهوم التسيير و الخدمات

فالتسيير علما لأنه يتطلب استخدام الأسلوب العلمي لحل المشاكل، ذلك الأسلوب الذي يقوم على تعريف المشكلة تحليلا و دراسة و من تم حصر البدائل أو الطرق الممكن إتباعها و مقارنتها بقصد اختيار أفضل.

و يمكن تعريف التسيير على أنه تلك المجموعات من العمليات المنسقة و المتكاملة التي تشمل أساسا التخطيط، التنظيم، التوجيه و الرقابة.

من هنا نستخلص أن التسيير عبارة عن عملية دائرية مستمرة تبدأ من التخطيط وصولا إلى الرقابة التي تعتبر عنصرا أساسيا في إعادة النظر في مختلف السياسات و الإجراءات و الخطط العملية و بالتالي فإن الرقابة مرتبطة بالتخطيط و هكذا.

فيما يخص الخدمات و مفاهيمها الأساسية ، كون الخدمة تحتل مركز الإقتصاد الحديث بحيث يقومون المنتجون بالبحث قبل كل شيء في تعظيم المنفعة.

فالخدمة هي نشاط يمكن لطرف أن يقدم لطرف آخر و من الضروري أنه يكون غير ملموس و لا ينتج عنه نقل أي ملكية و قد يرتبط بالمنتوج المادي أو لا يرتبط به.

نستخلص من خلال التعريف على أن الخدمة:

- أداء أو نشاط و ليس شيئا ماديا ملموسا.
- وجود طرفين في تأدية الخدمة.
- لا ينتج عنه نقل ملكية.
- غير ملموسة و لا يمكن إدراكها أو الإحساس بها.

من خلال التطرق إلى تعريف الخدمات نتطرق في هذا المطلب في تصنيف الخدمات التي تتضمن العروض التي تقدمها المؤسسات شكلية متنوعة من السلع لمادية و الخدمات المصاحبة للسلع السلع بالإضافة إلى الخدمات الخالصة التي لا ترتبط بسلع مادية و هنا أنواع من السلع المادية الملموسة و الخدمات الغير ملموسة و هي :

- منتوج مادي ملموس.
- منتوج مادي تصاحبه خدمات
- خدمات رسمية مصحوبة بسلعة قانونية أو خدمات.
- خدمات خالصة.

تتصف الخدمات بسرعة التلف و تذبذب معدلات الطلب كون يستحيل تخزين الخدمات لأنها سريعة الفساد و كذلك فإن أسواقها و معدلات الطلب تتذبذب بين فترة و أخرى و هذا ما ينطبق على الخدمات السياحية بشكل خاص .

يلعب التسيير دور هام في تأدية الخدمات فالتفاعل الحاصل بين عناصر التسيير وهي التخطيط، التنظيم ، التوجيه و الرقابة فيهما كان التفاعل قوي كلما ازدادت الأفكار و التصميم و كلما ارتفع أداء التشغيل و يتمثل المبرر العلمي لوجود التسيير و أجهزته و قدرته على أداء الهدف و المتعلق بخلق المنافع على اختلاف أنواعها بالإضافة إلى المنافع الإقتصادية فإن المؤسسة مهما كان طبعها الإنتاجي أو الخدمي هي جهاز المجتمع تخلق للقيام بمساهمات اجتماعية لذا لابد من النظر على أن التسيير عملية تحويل منتجة للحصول على السلع و الخدمات.

نستخلص من خلال الطرح على أن الخدمات تحتل مركز الإقتصاد الحديث فقد أصبحت تولي لها أهمية قصوى ، كون المنتجين في القطاع الخدمي يبحثون في تعظيم المنفعة و تحقيق الحاجيات و ذلك بتقديم خدمات ثانوية لجلب المستهلك كتقديم تسهيلات أو الضمان للمنتوج و خدمات ما بعد البيع.

المبحث الثاني: السياحة ومزاياها

السياحة نشاط مزدوج الوظيفة ، فهي من جهة وظيفة استهلاكية و من جهة ثانية وظيفة إنتاجية، فالسياحة في تعريف أهل الإختصاص هجرة مؤقتة يسعى وراءها المستهلك لقضاء حاجاته سواء كانت ترفيهية أو عملية فهي مجموعة الأنشطة البشرية التي تتعلق بالسفر و الصناعة تهدف إلى إشباع حاجة السائح.

المطلب الأول : السياحة و أهميتها الاقتصادية

تطرقنا إلى مفهوم السياحة على أنها عملية انتقال وقتية من مكان إلى آخر بغرض معين، من خلال التعريف فأن السياحة نشاط إنساني يشمل مجموعة من العلاقات المتبادلة بين السائح الذي يوجد بصفة مؤقتة بمكان ما و بين الأفراد المقيمين في هذا المكان ، و هذا النشاط الإنساني يتمثل في انتقال الأفراد من مكان إقامتهم إلى مكان آخر لمدة قصيرة نسبيا بغرض الإستجمام و الترفيه عن النفس و تهتم الحكومات بحركة سياحة فتهيئ لكل ما من شأنه أن يساعد على راحة السائحين من توفير فنادق ، وسائل الاتصال و الانتقال و إنشاء مناطق سياحية جديدة بتوفير الخدمات بها بغرض تسهيل زيارة السائحين لها.

من خلال تطرقنا إلى تعريف السياحة تستخلص أن هناك فئتين من الزوار:

السواح : زوار مؤقتون يمكثون 24 سا على الأقل

المتنزهون: لا تتعدى مدة إقامتهم 24 ساعة.

الهدف من الزيارة هو تحقيق رغبات و إشباع الحاجات بالنسبة للزوار و تقديم كل أسباب الراحة من طرف مقدم الخدمة من أجل جلب أكبر عدد من السواح.

من هنا يتضح الأهمية الاقتصادية للسياحة باعتباره قطاع يجلب إليه موارد مالية هامة و أصبح قطاع تعتمد عليه الدول من أجل تحقيق تنمية اقتصادية كونه يؤدي إلى :

- زيادة في الناتج القومي
- استمرار الزيادة لفترة طويلة.
- تحقيق إيرادات تساهم في رفع عن المستوى المعيشي للفرد.
- تقديم فرص عمل سواء كانت دائمة أو موسمية مباشرة و غير مباشرة.

للسياحة أهمية اقتصادية و دور إيجابي في رقي اقتصاديات الدول، مما جعل كل دول العالم تستثمر بشكل واسع في القطاع السياحي.

المطلب الثاني : الأنواع الرئيسية للسياحة

تختلف الأنماط و أنواع السياحة باختلاف وجوهات نظر أهل الاختصاص ، و نركز على التصنيف الأكثر تفصلا كون الأنماط السياحية هي نتيجة التي يقصدها السائح من وراء رحلته و نذكر أساسين رئيسيين.

الأساس الأول: وفقا للغرض من العرض السياسي و ينقسم هذا الأساس إلى عدة أنواع من السياحة و هي:

سياحة الإستجمام ، السياحة الثقافية ، سياحة الإتصالات الإجتماعية ، السياحة الرياضية ، السياحة السياسية ، السياحة بغرض العمل ، السياحة بغرض الصحة و العلاج ، السياحة بغرض التدريب و التعلم.

الأساس الثاني : وفقا لمدة التي يستغرقها البرنامج السياحي و هناك عدة أنواع من السياحة:

- سياحة تستغرق عدة أيام
- السياحة الموسمية
- السياحة العابرة
- السياحة نسبة المقيمة

المطلب الثالث: الخدمات السياحية

إن الخدمات تعتبر مركز الاقتصاد الحديث كون المنتجين يقومون بالبحث قبل كل شيء في تعظيم المنفعة و تحقيق الحاجيات الخاصة للعميل و بما أن الخدمات غير ملموسة و لا يمكن معرفة جودة و قيمة الخدمة قبل تقديمها و لكنها تساهم بشكل فعال في ترقية النشاط السياحي بالإعتماد على يد عاملة مؤهلة و مدربة بغرض زيادة كفاءتهم و إلمامهم بالعمل و تطوير مهاراتهم و ترقيتهم لكي يقوموا بأعمالهم على أفضل وجه و بأقل جهد و تكلفة ممكنة و ذلك باستخدام أهم الطرق التعليم و التدريب أثناء العمل و التعليم و التدريب و المهارة أضف إلى ذلك أن الواقع التطبيقي يؤكد أهمية المهارات الإنسانية في تعظيم الخدمة السياحية على سبيل المثال في الصناعة الفندقية يستوجب موارد بشرية مؤهلة من إداريين ، فنيين ، و عمال بهدف التسيير.

المبحث الثالث: التنمية السياحية و إبرازها

المطلب الأول: مفهوم التنمية

نتطرق إلى مفهوم التنمية السياحية و إبراز خصائص و العوامل المختلفة التي تحدد التنمية، فالتنمية السياحية عملية يتم بموجبها تطوير القطاع السياحي على وجه العموم فهي تمثل الزيادة و التحسن اللذان يطرآن على احد جوانب الحياة، فقد تكون الزيادة في الجانب الاقتصادي أو الاجتماعي فقد عرف أهل الاختصاص على أن التنمية الاقتصادية عملية يتم بموجبها زيادة حقيقية في الناتج الوطني للمجتمع.

نستخلص من هذا العريف بأن التنمية هي :

- زيادة حقيقية في الناتج القومي .
- استمرار الزيادة لفترة طويلة.
- تمتع الأفراد بثمار هذه الزيادة.

المطلب الثاني: محددات التنمية السياحية

هناك العديد من الجوانب التي لابد من مراعاتها و أخذها في الحسبان لتحقيق التنمية السياحية و منها

الموقع الجغرافي:

يلعب الموقع الجغرافي دورا هاما في التدفق السياحي إلى المناطق السياحية المختلفة، كون الموقع السياحي يعتبر عاملا أساسيا في صناعة السياحة.

توفير التسهيلات السياحية بأسعار مناسبة باعتبار أن القطاع السياحي بطبعه قطاع خدمي فإن طبيعة الخدمات المختلفة المقدمة لابد أن تكون في مستوى الحدث و أنه من الضروري توفير التسهيلات المتعلقة بالإقامة و الإطعام و الشرب و خدمات النقل السياحي و كل الخدمات الأخرى المكملة للخدمات الرئيسية.

طبيعة و مصدر الاستثمار في السوق السياحي :

إن النشاط السياحي يتطلب موارد كبيرة لإنشاء المرافق السياحية الأساسية و المنشآت السياحية كالفنادق و مركز السياحة ، إن الاستثمار في المجال السياحي يتطلب القيام بدراسة اقتصادية و اجتماعية للموقع السياحي المراد الاستثمار فيه مع الأخذ بعين الاعتبار الطلب السياحي و كل المتغيرات الإجتماعية و السياسية.

تقرير حوافز للمشروعات السياحية:

إن الاهتمام بالتنمية السياحية دعم صناعة السياحة فيما بين تهيئة المناخ المناسب للاستثمارات و بين تزويد المستثمرين في قطاع السياحة بالمساعدات المالية و من الضروري أن تستهدف سياسة تقدير الحوافز في الدول النامية تشجيع القطاع الخاص من الاستثمار في المشروعات السياحية.

المطلب الثالث: آثار التنمية السياحية على الاقتصاد الوطني

إن طبيعة النشاط السياحي و خصوصيته باعتبار القطاع له تأشيرات مباشرة و غير مباشرة على القطاعات الأخرى و للوصول لتحقيق التنمية السياحية لابد من توفر شروط اقتصادية، واجتماعية، ثقافية، بيئية.

إن التنمية السياحية أثار سنعالجها كما يلي:

آثار اقتصادية بكم طيعة النشاط الساحلي فهو يؤثر على التنمية الاقتصادية على سبيل الحصر:

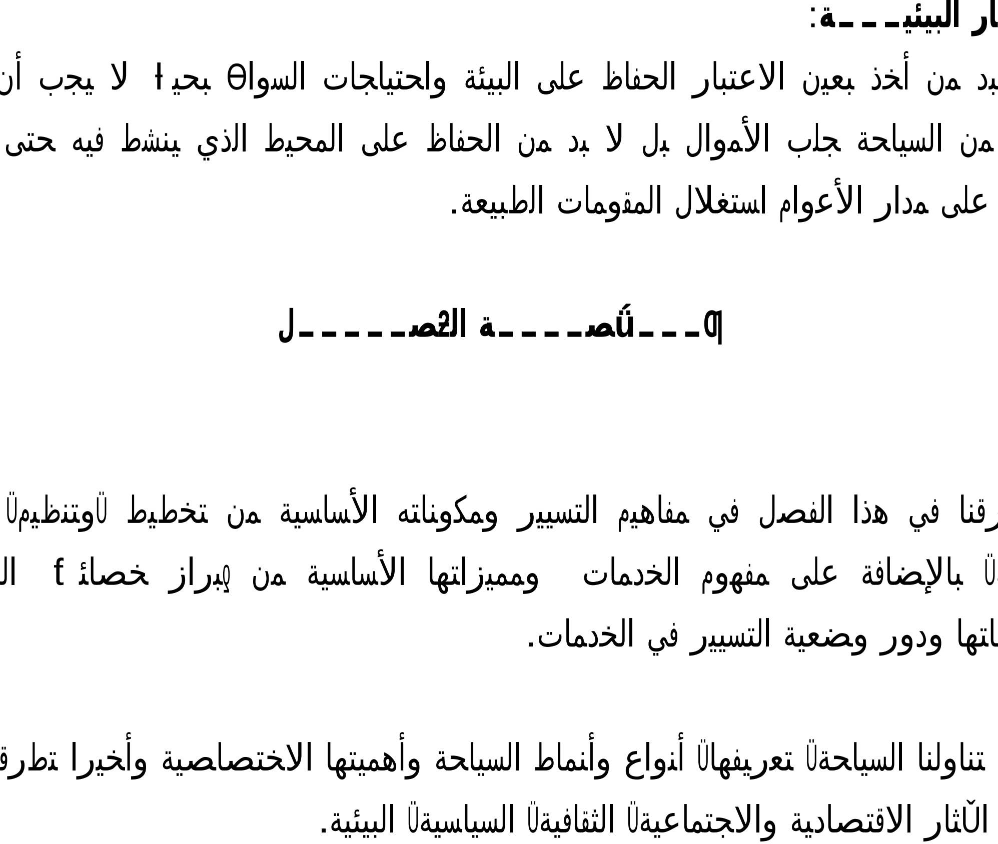
- أثر في الدخل القومي
- أثر في ميزان المرفوعات والتجارة الخارجية.
- أثر في الاستخدام وتكوين فرص العمل
- اثر تحقق التنمية المتوازنة بين الأقاليم.

الآثار الاجتماعية والثقافية:

قد تكون الآثار الاجتماعية والثقافية للتنمية الاجتماعية آثار إيجابية بحكم السياحة تعتبر نافذة على العالم الخارجي وبفضل النشاط السياحي يمكن ربط علاقات بين مختلف الأجناس والمجتمعات بهدف التعريف بثقافة وعادات كل مجتمع.

الآثار السياسية:

تلعب السياسة دور هام وحاسم في تنمية السياحة في العالم بصفة عامة أو بلد ما خصصه خاصة كما هو الحال في الجزائر التي تسعى جاهدة لتصحيح بعض المفاهيم الخاصة في أذهان الأجانب من خلال وسائل الإعلام الأجنبية التي أفرطت في تقدير الوضع المعيشي في الجزائر، فالجانب السياسي والإعلامي يمكن أن يكون لهما دورا رئيسي في تنمية القطاع السياحي عن طريق إقناع السواح للمجيء للجزائر بإظهار الحقائق ومعايشة الواقع بأنفسهم، كما أن الإعلام بمختلف أنواعه دور هام في إعطاء صورة حقيقة عن السيادة في الجزائر.



الآثـار البيئيـة:

لا بد من أخذ بعين الاعتبار الحفاظ على البيئة واحتياجات السواح بحيث لا يجب أن يكون للهدف من السياحة جلب الأموال بل لا بد من الحفاظ على المحيط الذي ينشط فيه حتى يتسنى للسواح على مدار الأعوام استغلال المقومات الطبيعة.

خـلاصـة الفصـل

تطرقنا في هذا الفصل في مفاهيم التسيير ومكوناته الأساسية من تخطيط، وتنظيم، توجيه ورعاية، بالإضافة على مفهوم الخدمات ومميزاتها الأساسية من إبراز خصائص الخدمات وتصنيفاتها ودور وضعية التسيير في الخدمات.

كما تناولنا السياحة، تعريفها، أنواع وأنماط السياحة وأهميتها الاختصاصية وأخيرا تطرقنا على مختلف الآثار الاقتصادية والاجتماعية، الثقافية، السياسية، البيئية.

الفصل الثاني: تحليل إدما ا التسيير الفندقي

تعتبر صناعة الفنادق من اكبر الصناعات في العالم في العصر الحالي كونها أفضÙل وسÙيلة للقضاĈ على البطالة و يساهم في توليد فر f العمل سواĈ كانت دائمة أو موسمية و تعتبÙر صÙناعة الفنادق إحدă المستلزمات الضرورية للحضارة الحديثة و لا يمكن تصور بلد متحضر بÙدون وجÙود نظام فندقي يسمح بإقامة السواθ في كل أنحاĈ المناطق السياحية لأغراض عملية أو الاستجمام.

و لتحديد النشاطات الفندقية كونها مختلفة عن باقي النشاطات الاقتصادية الأخرă لخصوصÙية القطاع الفندقي و تختلف الأنشطة الفندقية و الخدمات الفندقية من فندق إلى آخر حسب درجات الفنادق و فئاتها

المبحث الأول: الفنادÛ مفهومهاÛ أنواعهاÛ أهميتها و ملامحها الأساسية

المطلƒ الأول : مفهوم الفند5

يمكن تعريف الفندق على انه مؤسسة خدمية تهدف إلى تلبية و توفير خدمات الإيواĈ و الطعام و الشراب و تسهيلات و خدمات متنوعة للمسافرين و لهذا فقد أولت إدارة الفنÙادق أهميÙة خاصÙة بدراسة و تحليل و إشباع حاجات و ميول و توقعات و رغبات العملاĈ باعتبارهم مصدر الدخل الوحيد للفندق.

فقد عرف أهل الاختصا f الفندق على أنه:

نزل أعد طبقا لأحكام القانون ليجد فيه النزيل المأوă المأكل و خدمات أخرă لقاĈ أجر معلوم.

و عرفت المجلة العربية للسياحة بأنه:

" الفندق مكان يجد فيه النزيل المأوă و المأكلÛ و الخدمة لمدة معينة لقاĈ أجر معلوم"

إن من خلال التعاريف الباقية لأهل الاختصا f في المجال الفندقي يتضح لنا على أنه يوجد إجماع على أن الفندق هو:

- مكان إقامة
- تقديم الخدمات الخاصة بالمأكلÛ المشرب و مختلف الخدمات الأخرă.
- أجر معروف مسبق مقابل الخدمات المقدمة.

المطلب الثاني: أنواع الفنادق

تختلف الفنادق و فئاتها و تختلف بالتالي نوعية و درجة جودة الخدمات التي تؤديها تلك الفنادق للنزلاء، فالواقع التطبيقي في مختلف بلدان العالم يبين أن أنواع الفنادق و أشكالها تختلف من بلد إلى آخر و ذلك يتوقف على مدى توفر المقومات و الموارد السياحية (التاريخية، الدينية، الطبيعية وغيرها) أحد الركائز الأساسية للعرض السياحي فكل بلد يصنف الفنادق فيه بشكل مختلف و لا يوجد تصنيف ثابت لأنواع الفنادق و يمكن الاعتماد في تصنيف الفنادق إلى درجة وجود الخدمات المقدمة فيه، و إذا عدنا إلى أصحاب الاختصاص في المجال الفندقي و السياحي و مختلف آراء المختصين في المجال الفندقي، و نتطرق إلى مختلف تصنيفات حسب أهل الإختصاص و هي كما يلي :

أ)- تصنيف الفنادق حسب الموقع:

يعتمد هذا التصنيف على تقسيم الفنادق حسب موقعها الجغرافي و يمكن تقسيم الفنادق هذا النوع من التصنيفات إلى عدة أنواع أهمها:

1- **فنادق مراكز المدن:**

هذا النوع من الفنادق يقع في وسط المدن مخصصة لإيواء رجال الأعمال و السياح، تقدم هذه الفنادق مختلف الخدمات من إيواء و مختلف الخدمات التجارية من مأكل

2- **فنادق الضواحي:**

تقع هذه الفنادق في ضواحي المدن الكبرى مخصصة لإيواء رجال الأعمال و السائحين أسعارها مرتفعة نسبيا و تقدم كافة الخدمات الفندقية من إيواء مأكل و شراب و كل الخدمات الأخرى.

3- **فنادق المنتجعات:**

يقع هذا النوع من الفنادق في الأماكن الساحلية أو الجبلية أو قرب ينابيع المياه المعدنية من خصائص هذا النوع من الفنادق انه مكان للترفيه و الاستجمام و مكان للعلاج.

4- **فنادق المطارات:**

تقع الفنادق بالقرب من المطارات أو داخلها أنشأت خصيصا لمستعملي الرحلات الجوية.

5- **فنادق العبور:**

تقع هذه الفنادق على الطرق السريعة الغرض الرئيسي من إنشائها السماح للمسافرين بسياراتهم اخذ قسط من الراحة.

ب)- تصنيف الفنادق حسب مدة الإقامة:

هناك مختصين في المجال الفندقي يعتقدون أن معيار مدة الإقامة تحدد نوعية الفنادق و درجة الخدمات المقدمة و يقصد بمدة الإقامة إقامة دائمة أو مؤقتة.

1- **فنادق الإقامة الدائمة:** يقصد بالإقامة الدائمة هي الإقامة التي تفوق الشهر على الأقل.

2- **فنادق الإقامة المؤقتة:** أنشأت هذه الفنادق لإيواء النزلاء لفترة مؤقتة قد تتراوح هذه المدة بين اليوم إلى 29 يوم .

ج)- تصنيف الفنادق حسب الدرجات:

يعتبر هذا المعيار من أهم المعايير المعمول به عالميا كونه يصنف الفنادق حسب الدرجات و الخدمات الفندقية المقدمة و يمكن تقسيم هذا التصنيف إلى أربعة أنواع.

1- **فنادق الدرجة الممتازة:**

يعتبر هذا النوع من الفنادق ذات السمعة العالمية الموجودة في شتى أنحاء العالم تقدم هذه الفنادق خدمات متكاملة للنزلاء بأسعار مرتفعة متناسبة مع نوعية الخدمات المقدمة.

2- **فنادق الدرجة الأولى:**

يعتبر هذا النوع من الفنادق من أحسن الفنادق من حيث الخدمات المقدمة كون هذا النوع من الفنادق يقدم أفضل الخدمات بشكل متكامل.

3- **فنادق الدرجة الثانية:**

تعتبر هذه الفنادق اقل أهمية و جودة مقارنة بفنادق الدرجة الأولى لنوعية الخدمات و بالتالي أسعارها منخفضة مقابل الخدمات المقدمة.

4- **فنادق الدرجة الثالثة**:

تعتبر هذه الفنادق شعبية و أسعارها منخفضة و الخدمات الفندقية تكون منعدمة.

المطلب الثالث: أهميتها و ملامحها الأساسية

أ)- تقديم الخدمات للأفراد:

تعتبر صناعة الفنادق ركنا أساسيا من أركان السياحة نظرا لما تقدمه من خدمات للنزلاء.

ب)- الحصول على الإيرادات :

تعتبر صناعة الفنادق بصفة خاصة و القطاع السياحي بصفة عامة ركنا أساسيا في الاقتصاد بعد الصناعة و الزراعة لما تجلبه من إيرادات سواء كانت بالعملة المحلية أو بالعملة الصعبة .

ج)- توفير فرص العمل:

تعتبر الصناعة الفندقية من الأنشطة التي تعتمد بصفة مباشرة على الموارد البشرية كونه نشاط خدمي فهي تؤمن اكبر فرص العمل مقارنة بالقطاعات الأخرى سواء كانت فرص عمل مباشرة التي تزاول نشاطها داخل الفندق أو فرص عمل غير مباشرة من مقاولين عند الإنجاز أو في مرحلة التجهيز من معدات و أثاث .

د)- تعليم وتدريب العاملين في المجالات المتعلقة بالفندقة:

تلجأ كل بلدان العالم إلى إنشاء معاهد و مدارس مختصة في المجال السياحي و الفندقي لأفراد العاملين في القطاع و تدريبهم بغرض زيادة كفاءتهم و ذلك باستخدام أهم الطرق للتعليم و التدريب و أهم الطرق هي:

- التعليم و التدريب أثناء العمل
- التعليم و التدريب بواسطة المحاضرات و الندوات
- التعليم و التدريب بواسطة الحالات العلمية

هـ)- تنمية المناطق الجغرافية:

تهدف الصناعة الفندقية إلى تنمية المناطق الجغرافية التي يقع فبها الفندق فالفنادق تعمل على تنمية البنية التحتية للمناطق الجغرافية التي يتم إنشاؤها .

المبحث الثاني : وظائف الفندق و خصائصه

إن تنوع الأنشطة الفندقية بحكم أن النشاط الفندقي متشعب و متكامل و ترابطه مع عدة قطاعات اقتصادية أخرى يستلزم في هذه الحالة أن تكون إدارة الفندق قادرة على القيام بمختلف النشاطات حتى يبلغ أهدافه.

و بالتالي نتطرق في هذا المبحث إلى تعريف وظائف الفندق و خصائصه.

المطلب الأول: وظائف الأساسية للفندق

يعتبر النشاط الفندقي نشاط اقتصادي و لخصوصية هذا القطاع الحيوي الذي يعتمد على الموارد البشرية كونه نشاطا خدمي يختلف عن النشاط الصناعي و الفلاحي و يحتوي على عدة نشاطات متناسقة فيما بينها و كل نشاط يكمل النشاط الآخر و بالتالي فهو نشاط متكامل و الوظائف الإدارية للفنادق تتلخص في أربعة وظائف رئيسية و هي:

- التخطيط – التنظيم – التوجيه – الرقابة.

أ)- وظيفة التخطيط:

تعتبر وظيفة التخطيط من أهم المراحل في الإدارة الفندقية و يقصد بالتخطيط دراسة و اختيار وسائل التنظيم و التوجيه للموارد البشرية و المادية لتحقيق هدف معين في فترة زمنية معينة.

ب)- وظيفة التنظيم:

يقصد بوظيفة التنظيم الوضع الذي تشكل القوة البشرية و الإمكانيات المادية في التهيئة و تحدد العلاقات بينها لبلوغ هدف معين و تحقيقه بكفاية.

جـ)- وظيفة التوجيه:

يقصد بوظيفة التوجيه هو العمل المستمر للإدارة و الذي يلازم تنفيذ الأعمال التي تقرر و يشمل القدرة على استخلاص أكفأ النتائج من الاحتكاك اليومي بين الرؤساء و مرؤوسيهم على كافة المستويات و القدرة على تركيز كافة الأجهزة في اتجاهات مختلفة تضمن الأهداف المشتركة و التوجيه بوجود الواقع و الحوافز و تتكون وظيفة التوجيه في الفندق من العناصر التالية و هي:

- الاتصال – القيادة – التحفيز.

د) - وظيفة الرقابة:

يقصد بالرقابة التأكد من مدى تحقيق النشاط الإداري للأهداف المقررة و المسطرة و تشمل الأعمال التي يتم أول بأول التعرف على مدى مطابقتها للخطة الموضوعة.

إن الرقابة في الفندق في تعبير شامل عن الإشراف و المتابعة و قياس الأداء و تحديد المعايير و مقارنتها بالإنجازات و تقرير أساليب تقويم الانحرافات بتحديد واحد

للخطط و النتائج المتوقعة الحصول عليها و المحققة و اكتشاف الأخطاء و الانحرافات.

المطلب الثاني: أهمية الوظائف الفندقية

يعتبر الفندق نشاط خدمي متشعب و متكامل و تربطه علاقات مع عدة قطاعات اقتصادية أخرى لذا فالإدارة الفندقية تسهر على القيام بمختلف هذه النشاطات، حتى يبلغ الفندق أهدافه.

أ)- تعريف الإدارة الفندقية:

الإدارة الفندقية عملية متميزة تتكون من مجموعة من الوظائف المتناسقة و هي التخطيط، التنظيم، التوجيه، و الرقابة تمارس باستخدام الموارد المتاحة في الفندق لتحقيق الأهداف المحددة و رغبات العملاء (الضيوف) و تحقيق الربح و محورها عملية اتخاذ القرارات

ب)- أهمية النشاط الفندقي:

إن التنوع و التعدد في الأنشطة الفندقية يكون النشاط الفندقي نشاطا متكاملا يتطلب درجة واضحة من التحليل و التجزئة لعناصر الإدارة الفندقية كون مهمة إدارة الفندق تعتبر معقدة وصعبة نظرا لارتباطها بمجموعة من العلاقات تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في أداء الفندق و قدرته على البقاء و الاستمرار لذا فالإدارة الفندقية لها من الأهمية القصوى للوصول إلى إدارة الفندق إدارة علمية تهدف إلى الوصول إلى رفع كفاءتها الإنتاجية مقارنة بالموارد المتاحة أو المتوفرة و نقصد بهذا ترشيد المواد المتوفرة قصد الوصول إلى الأهداف المسطرة و المتمثلة في تحقيق اكبر عائد للفندق، باحتلال مكانة في السوق و رفع الكفاءات الإنتاجية و التنظيمية للفندق.

المطلب الثالث: خصائص النشاط الفندقي

يعتبر النشاط الفندقي من الأركان الأساسية للنشاط الاقتصادي كونه يرتبط بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بالعديد من الأنشطة الاقتصادية الأخرى باعتبار أن النشاط الفندقي

- نشاط خدمي
- تنوع الأنشطة الفندقية

- موسمية النشاط الفندقي:
- الموارد البشرية
- التعاملات النقدية السريعة:

تقسيم النشاط الفندقي إلى مراكز أقسام:

المبحث الثالث: تحليل الخدمات الفندقية

إن التمييز الذي تعرفه الإدارة الفندقية من حيث الوظائف التي تقوم بها يجعلها تقدم أنواع الخدمات للإدارة الفندقية مع إبراز المميزات الأساسية للخدمات و مزيج للخدمات الفندقية

المطلب الأول: مميزات الخدمات

الخدمات عبارة عن نشاطات متميزة و غير ملموسة بطبيعتها تقوم بإشباع حاجيات و رغبات العملاء و ساعد التطور التكنولوجي الحاصل في تطور الخدمات، كون الفندق أصبح يقدم خدمات مختلفة في كافة الميادين، من إيواء، إطعام، خدمات مصرفية، و بريدية، خدمات تجارية.

المطلب الثاني: تحليل الخدمات في أشكالها المختلفة.

تتميز الخدمات كما تطرقنا إليه سابقا بعدم ملموسيتها و غير ناقلة للملكية و ضرورة وجود طرفين لأداء الخدمة، وبالتالي فهي متميزة.

ونستخلص أهم المميزات الأساسية للخدمات الفندقية على سبيل المثال لا سبيل للحصر، كون الخدمات متعددة و متنوعة و أهمها:

-خدمات فورية, عدم قابليتها للمس, سرعة التلف و تذبذب معدلات الطلب, التباين, الملازمة الاعتماد على ثقة المشتري.

المطلب الثالث: مزيج الخدمات الفندقية

إن وظيفة الفندق هي تحديد حاجات و رغبات و تفضيلات و ميول العملاء و تقديم ما يوافق الحاجات و التوقعات عن طريق تحسين نوعية الخدمات المقدمة.

إن مزيج الخدمات التسويقية للفندق يتركز على عناصر أساسية و هي:

- تحديد الخدمية - تحديد أسعار الخدمات - التوزيع - الترويج

نستخلـ من خلال الدراسة أن يعتبر النشاط الفندقي نشاط اقتصادي يهدف إلى تحقيق مر دودية اقتصادية، و تطرقنا في هذا الفصل إلى مفهوم الفندق و إعطاء تعريف شامل له بالإضافة إلى التطرق إلى تصنيفاته المتعددة وأهميته، و باعتبار أنه نشاط خدمي يقدم خدمات الإيواء، الطعام، و الشراب فان الإدارة الفندقية تلعب دور هام في تنظيم عمل الفندق و توجيهه، وتسطير الأهداف من أجل بلوغه بحكم أنه النشاط الفندقي يصله مباشرة مع الجمهور، و باعتبار العملاء المصدر الوحيد الذي يعتمد عليه الفندق، و للفندق خصائـ تختلف عن باقي الأنشطة الخدمية، لذا فمن الضروري إعطاء أهمية لهذا النوع من النشاط الذي يعود بالفائدة على الجميع.
الفندقية في الاقتصاد العالمي كون الصناعة الفندقية تلعب دورا جازف في التنمية الشاملة للدولة فهي بحكم ترابطها بعدة قطاعات أخرى تساهم في تحقيق الرقي الاقتصادي وتحقيق التنمية الاجتماعية، الثقافية، والسياسية.

الفصل الثالث: دور النشاط الفندقي في التنمية

إن الصناعة الفندقية تلعب دورا جازف في التنمية الشاملة للدولة فهي بحكم ترابطها بعدة قطاعات أخرى تساهم في تحقيق الرقي الاقتصادي وتحقيق التنمية الاجتماعية، الثقافية، والسياسية.

المبحث الأول: دور النشاط الفندقي في التنمية السياحية.

يلعب النشاط الفندقي دور فعال و رائد في التنمية السياحية باعتبار أن المناطق السياحية تقع في الغالب خارج المدن ، لذلك يستوجب القيام بتطوير هاته المناطق السياحية بإقامة فنادق و مركبات سياحية قريبة من المناطق السياحية حتى يوفر للسائح أو الزائر كل متطلبات الإقامة و أسباب الراحة ، بالإضافة إلى تنشيط الحركة الإقتصادية بالمنطقة، و نتطرق في هذا المبحث إلى دور النشاط الفندقي في التنمية السياحية ، الأثرية و التاريخية.

المطلب الأول: تنمية المناطق السياحية.

أن للنشاط الفندقي دور هام في تنمية السياحة والمناطق السياحية وذلك عن طريق إنشاء فنادق تقوم بإيواء النزلاء وفك العزلة عن تلك المناطق ويمكن حصر أهمية النشاط الفندقي في النقاط التالية:

- تنمية المناطق الساحلية بإنشاء فنادق ومركبات سياحية تأوي السياح على اختلاف أنواعهم خلال الفترات الصيفية.
- تنمية المناطق الداخلية والجبلية التي تقع بها حمامات معدنية بإنشاء فنادق ومركبات معدنية للأمراض الصحية والاستجمام.
- تنمية المناطق الجبلية في المرتفعات الباردة بهدف تطوير السياحة الشتوية.
- بإنشاء الفنادق والمركبات السياحية بهذه المناطق فهي تساهم في فك العزلة، وتنشيط الحركة السياحية.
- تساهم في التنمية الاقتصادية ويتم ذلك بتنشيط الحركة السياحية والتجارية للمنطقة.
- تساهم في تمركز السكان بالمناطق السياحية.
- تساهم في تنشيط الحركة الاجتماعية عن طريق الاحتكاك المباشر لأهل المنطقة والوافدين إليها.

المطلب الثاني: تنمية المناطق التاريخية والأثرية:

تعتبر المناطق التاريخية والأثرية من أهم مجالات السياحة التقليدية، فزيارة السائح للأماكن الأثرية تمثل عناصر جذب واهتمام سياحي لعدد كبير من السياح في عصرنا، وقد أولت الدول بما فيها الجزائر أهمية بالغة لهذا النوع من السياحة لما له من تأثير على الجانب الاقتصادي، ويساهم النشاط الفندقي في تنمية المناطق التاريخية والأثرية مساهمة فعالة، بحكم ما لهذه المناطق من أهمية حضارية وتاريخية، فهي تمثل مختلف الحضارات التي تعاقبت على الدول عبر العصور، وتعطي هذه المواقع نظرة للمجتمع الذي يكون المنطقة من حيث المعتقدات، القيم، الاتجاهات، العادات والتقاليد التي تربط المجتمع، وبإنشاء فنادق ومركبات سياحية قرب المناطق التاريخية تساهم في تنمية هذه المناطق بحكم أن أغلبها تقع خارج المدن، وفي مناطق معزولة أحيانا، فالسائح الذي يريد زيارة المناطق الحضارية يشترط توفر وسائل النقل المختلفة بالإضافة إلى وسائل الراحة والترفيه من إيواء، طعام، شراب و وسائل تكميلية من خدمات بريدية، بنكية وخدمات أخرى تكون بمقربة من هذه المناطق حتى يتسنى له زيارة كل المواقع والتمتع بها، وبعدم توفر كل أسباب الراحة من فنادق و وسائل النقل لا تشجع السائح لزيارتها.

ونستخلص من تطرقنا لدور النشاط الفندقي في تنمية المناطق التاريخية والتراثية أنه دور هام جدا ويمكن ذكره كما يلي:

- تسهيل تنقل السياح للأماكن التاريخية والأثرية.
- توفير وسائل الراحة من إيواء، مطاعم وخدمات أخرى.
- التنسيق مع الوكالات السياحية للعمل على جلب أكبر عدد من السياح.
- فك العزلة عن المناطق التاريخية والتراثية بحكم تواجدها خارج المدن وفي المناطق البعيدة.

المطلب الثالث: أثر النشاط الفندقي على القطاع السياحي

تعتبر السياحة ظاهرة إنسانية وصناعة كبيرة، ولها مكانة بارزة في الاقتصاد منذ أقدم العصور، إلا أن تنشيط السياحة وتصنيفها، وتنوعها وتطورها قد أخذ شكلا مختلفا منذ نهاية القرن التاسع عشر، وبداية القرن العشرين، نتيجة للتطور الهائل في وسائل النقل مما جعل عملية السفر ميسورة.

والواقع أن الأنشطة السياحية تشابكت وتعقدت، حيث أصبحت تتطلب وسائل الاتصال والنقل من موانئ ومطارات وموارد بشرية مدربة ومؤهلة لتأدية مهامها بالإضافة إلى وسائل الإيواء من فنادق، حيث تعتبر الفنادق من الركائز الأساسية التي يعتمد عليها القطاع السياحي، فلا وجود لسياحة

بدون توفر فنادق، فالصناعة الفندقية تعد من أكبر الصناعات في العالم توليدا لفرص العمل، وتعتبر إحدى المعالم الأساسية في الضيافة والوفادة، فبدونها لا توجد ضيافة فهي بذلك إحدى المستلزمات الضرورية للحضارة الحديثة، ولا يمكن لأحد أن يتصور بلد متحضر وبلد سياحي بدون وجود نظام فندقي يسمح بإقامة المسافرين والسواح الذين يتنقلون يوما بعد يوم في كل أنحاء العالم للاستجمام أو لأغراض أخرى.

و بحكم النشاط الفندقي نشاط اقتصادي ونشاط خدمي فانه قطاع مرتبط مع عدة قطاعات اقتصادية أخرى منها القطاع السياحي الذي لا يمكن الفصل بينهما لأن كلاهما يكمل الآخر، حيث لا يمكن تصور قطاع فندقي بدون سياحة أو قطاع سياحي بدون فندقة.

إن بتوفر فنادق ومركبات سياحية تقوم بتلبية متطلبات السواح الأجانب أو المحليين من خدمات الإيواء، والطعام والشراب وخدمات تكميلية من محلات تجارية ووكالات سفر، كل هذه الخدمات بهدف واحد هو تلبية رغبات الزبائن وتتم هذه الخدمات من طرف موظفين على اختلاف مستويات مسؤوليتهم مؤهلين ومدربين لذلك ويؤثر إيجابا على التدفق السياحي، فكلما كانت الخدمات المقدمة ترضي الزبائن وبأسعار معقولة كلما زاد نشاط الفندق وبالتالي يتأثر النشاط السياحي بالإيجاب، أما إذا كانت الخدمات المقدمة للزبائن من طرف الفندق رديئة وبأثمان غالية يؤدي حتما إلى انخفاض لنشاط الفندق وبالتالي يؤثر سلبا على النشاط السياحي، وبالتالي فهي علاقة تناظرية بين القطاعين، ومنه نستنتج أن كلا النشاطين مترابطين، وكل منهما يكمل الآخر باعتبار النشاط السياحي نشاط اقتصادي وخدمي تعتمد عليه الدول للحصول على إيرادات وزيادة في الدخل القومي، ولا يتم ذلك إلا إذا توفرت وسائل الإيواء، الطعام، والشراب، بالإضافة إلى خدمات أخرى، كل هذه الخدمات تقدم من طرف الفندق وبالتالي فالنشاط الفندقي يعتبر البنية الأساسية للقطاع السياحي، فالسائح الذي يزور ويتنقل من بلد إلى بلد آخر أو من مكان إلى مكان آخر يشترط توفر وسائل الإيواء، الإقامة بها خلال فترة إقامته لأغراض ترفيهية أو عملية، وبدونها لا يمكنه التنقل لمدة تزيد عن أربعة وعشرون ساعة. ويتأثر النشاط الفندقي بالقطاع السياحي فإذا كان النشاط السياحي مزدهر ويجلب أكبر عدد من السياح يعود بالإيجاب على النشاط الفندقي، أما إذا كان الركود يسود القطاع السياحي فيتأثر النشاط الفندقي سلبيا.

المبحث الثاني: دور النشاط الفندقي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وآثاره.

المطلب الأول: دور النشاط الفندقي في التنمية الاقتصادية.

يقصد بالتنمية الاقتصادية تحريك وتنشيط الاقتصاد القومي من خلال زيادة القدرة الاقتصادية مع ضرورة استخدام كافة الموارد لغايات تشجيع الاستثمار وهنا يجب مراعاة الفرق والاختلاف بين التنمية الاقتصادية والنمو الاقتصادي

ويمكن تعريف التنمية الاقتصادية على أنها عملية يزداد فيها الدخل القومي والدخل المتوسط للفرد بالإضافة إلى تحقيق معدلات عالية من النمو في قطاعات معينة وبحكم أن النشاط الفندقي نشاطا اقتصاديا فهو يتطلب عناية ودعما كبيرين بالعلم و التكنولوجيا حتى تستطيع أداء دورها الفعال في خدمة الاقتصاد والتنمية القومية.

يمكننا إيضاح الأهمية الاقتصادية للنشاط في النقاط التالية على سبيل المثال ولا على سبيل الحصر وهي كالتالي:

- **الزيادة في الدخل القومي.**
- **استمرارية الزيادة لفترة طويلة**

المطلب الثاني: دور النشاط الفندقي في التنمية الاجتماعية

إن التنمية الاجتماعية هو الارتقاء في الجانب الاجتماعي من خلال تبني سياسة اجتماعية تساعد على تحسين المستويات المعيشية والارتقاء بها وزيادة رفاهية الأفراد.

وتعرف التنمية الاجتماعية بأنها:" مجموعة إجراءات وسياسات وتدابير معتمدة موجهة لتغيير بنيان وهيكل الاقتصاد القومي لتحقيق زيادة سريعة ودائمة في متوسط الدخل الفرد الحقيقي عن فترة من الزمن بحيث يستفيد منها الغالبية العظمى من أفراد المجتمع.

وبناءا على هذه التعاريف يمكن النظر إلى التنمية الاجتماعية من خلال:

- مجموعة إجراءات وتدابير.
- العمل على زيادة الدخل.
- خلق مجتمع صناعي.

إن النشاط الفندقي نشاط يلعب دور فعال في التنمية الاجتماعية وذلك لاعتبار ما للفندق من أثار وباعتبار ما للنشاط الفندقي من أثر إيجابي في التنمية الاقتصادية من حيث زيادة الدخل القومي وبالتالي على متوسط الدخل للفرد فانه يؤثر إيجابيا على التنمية الاجتماعية من حيث توفير فرص العمل بحكم أن النشاط الفندقي نشاط خدمي يعتمد بصفة مباشرة على الموارد البشرية في تأدية مهامه فيعتبر من قبيل الصناعات المولدة لفرص العمل كونه لم يعد دور الفندق يقتصر على الإيواء فقد تعدى دوره إلى تقديم خدمات مكملة، و يمكن تلخيص دور النشاط الفندقي في التنمية الاجتماعية في النقاط التالية على سبيل المثال لا على سبيل الحصر وهي:

- توليد أكبر عدد ممكن من فرص العمل، سواء كانت فرص عمل دائمة أو مؤقتة.
- المساهمة في تخفيض نسب البطالة.
- زيادة في متوسط الدخل للفرد.
- تحسين القدرة الشرائية للفرد.
- العمل على تركيز السكان في المناطق السياحية كما هو الحال في المركبات السياحية الموجودة في المناطق المعزولة.
- تحقيق التوازن الاجتماعي.
- تنشيط الصناعات التقليدية والحرفية.

المطلب الثالث: أثر النشاط الفندقي على الاقتصاد و السياحة.

يعتبر النشاط الفندقي من قبيل النشاطات الخدمية وهو نشاط اقتصادي يهدف إلى الحصول أكبر عدد ممكن من الإيرادات عن طريق تقديم خدمات الإيواء وخدمات تكميلية من مطاعم، شراب، خدمات مصرفية وبريدية وخدمات أخرى للعملاء باعتبارهم المصدر الوحيد للفندق ، ويمكن أن نستعرضها كما يلي:

زيادة في الدخل القومي، خلق فرص عمل، أثر على القطاع السياحي، تنمية المناطق المعزولة، تحقيق التنمية الاجتماعية، تنشيط القطاعات الاقتصادية،
تحقيق التوازن بين الأقاليم، أثر في ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية.



المبحث الثالث: دور النشاط الفندقي في التنمية الثقافية و البيئية و تأثره بالتوجه السياسي

المطلب الأول: دور النشاط الفندقي في التنمية الثقافية.

يلعب النشاط الفندقي دور ريادي في التنمية الثقافية باعتبار أن الثقافة تمثل المعتقدات، القيم والاتجاهات والعادات المشتركة بين أعضاء المجتمع والتي تنتقل من جيل إلى آخر عبر العصور.

إن تعاقب الحضارات على البلاد جعل من الجزائر منطقة سياحية لما تزخر به من معالم وآثار تاريخية تجعل منها قطب سياحي هام، وهنا يكمن دور النشاط الفندقي في التشهير بثقافة المجتمع الذي ينشط فيه. و يمكن تعريف الثقافة على أنها:

" تعبير عن مجموعة من العناصر يتضمنها المجتمع وهي: المعرفة، المعتقد، الفن، القانون، الأخلاق، العادات وان سلوكات يكتسبها أعضاء المجتمع ويعتبرونها مناسبة ومقبولة."

من خلال هذا الطرح نستخلص أن للنشاط الفندقي دور هام في التنمية الثقافية وذلك عن طريق:

- إبراز العادات والتقاليد المجتمع.
- المساهمة في ترقية الصناعات التقليدية والحرفية.
- إنشاء محلات تجارية داخل الفنادق تبرز أهم العادات والتقاليد للمجتمع.
- إقامة معارض ثقافية وفندقية تهدف إلى التعريف بالحضارة التي يزخر بها المجتمع.
- إقامة مؤتمرات وطنية ودولية في القاعات المتخصصة للاجتماعات تهدف إلى إعطاء صورة حية لثقافة المجتمع ويتم ذلك عن طريق مختلف اللوحات التاريخية والسياحية التي تزخر بها البلاد.

المطلب الثاني: النشاط الفندقي وعلاقته بالبيئة الطبيعية.

يعتبر النشاط الفندقي نشاط اقتصادي، وبإنشاء فنادق ومركبات سياحية في المناطق السياحية من مناطق ساحلية ومناطق جبلية يؤثر على البيئة الطبيعية بالمنطقة، ويتوقف نوع العامل الطبيعي في الموقع السياحي على الموقع الجغرافي للبلد، وهذا يحدد بالضرورة أنواع النباتات الموجودة فيه، ويعد جمال الطبيعة أحد أهم العوامل المهمة لجذب السياح، وكذلك بالنسبة للمواقع التاريخية والأثرية، وبالتالي فإن استغلال الاقتصادي الأمثل للمورد السياحي، يتطلب بالضرورة الاهتمام والعناية بالطبيعة والمحافظة عليها، فالمحيط الذي ينشط فيه الفندق له تأثير مباشر على النشاط الفندقي، وتلعب البيئة الطبيعية دور هام في الحركة السياحية بصفة عامة والنشاط الفندقي بصفة خاصة، فالسائح الذي يتنقل إلى منطقة السياحية بهدف الاستفادة من العناصر البيئية والطبيعية التي أوجدها الله في هذا البلد أو المنطقة.

المطلب الثالث: تأثر النشاط الفندقي بالتوجه السياسي

تمثل السياسة للبناء الفوقي للمجتمع والمسيطر على كافة مقدرات البلد والمهيمن والمسير لكل الأنشطة والفعاليات مهما اختلف نوعها، وتعمل السياسة متمثلة في القيادة العليا للبلد على رسم الخطوط الإستراتيجية العريضة النابعة من طبيعة الفكر السياسي الذي يمثل النظام المعتمد في البلد، وبموجب الأهداف السياسية المرسومة يتم تحديد أبعاد كل قطاع والدور المطلوب منه والمهام الملقاة عليها.

و النشاط الفندقي كأي قطاع اقتصادي آخر يتأثر بالسياسة العامة للبلد بل هو الأكثر تأثيرا بالعلاقات السياسية فمن طبيعة النشاط الفندقي نشاط حساس للأحداث السياسية وبحكم ترابطه بعدة قطاعات اقتصادية أخرى، وعلى الرغم من الدور الذي تلعبه العلاقات المادية في النشاط الفندقي كون النشاط الفندقي نشاط اقتصادي يهدف إلى تحقيق ربح والزيادة في كفاءة الأداء، وبالتالي تنمية قطاعات اقتصادية أخرى، لكن المناخ الاقتصادي والعوامل المادية ليست هي كل العوامل التي تتحكم في النشاط الفندقي، فالأهم من ذلك طبيعة الفكر والتوجه السياسي للبلد، ونظرة القيادة السياسية للنشاط الفندقي، فهناك سياسة أكثر انفتاحا، والتي تنظر إلى النشاط الفندقي على أنه نشاط مهم يحقق أهداف اقتصادية واجتماعية وثقافية وأهداف أخرى، ويتم ذلك بتوفير محيط ملائم لتنمية هذا القطاع الحساس وتوسعه وفتحه أمام القطاع الخاص الوطني والأجنبي للاستثمار فيه وتقديم كل الدعم والتسهيلات لنهوض به ويتم ذلك عن طريق:

- منح إجازات ممارسة النشاط الفندقي.
- الإعفاءات الضريبية لدعم المشاريع.
- فسح المجال للمستثمرين الخواص لدخول السوق الفندقي ورفع احتكار الدولة له.
- تخفيض الرسوم المفروضة على المشاريع الاستثمارية في المجال الفندقي خاصة بالمواقع السياحية بهدف تنميتها.
- القيام بالشراكة مع الدول الأخرى بدافع الاستفادة من خبرتها في المجال الفندقي.

خلاصة الفصل:

من خلال تطرقنا في هذا الفصل إلى دور النشاط الفندقي في التنمية الشاملة يتضح لنا أن النشاط الفندقي نشاط خدمي يهدف إلى تنمية النشاط السياحي، عن طريق تنمية المناطق السياحية والتاريخية والأثرية ويعتبر الركيزة الأساسية للنشاط السياحي وهو نشاط اقتصادي يساهم في زيادة الدخل القومي وبالتالي تحقيق تنمية اقتصادية، وبتحقيق مستويات عالية من النمو الاقتصادي الذي يعود بالفائدة على متوسط دخل الفرد وبالتالي تحقيق تنمية اجتماعية والذي يؤدي إلى تحقيق العدالة

الاجتماعية وتقليل التفاوت بين فئات المجتمع، كما يلعب النشاط الفندقي دور هام في التنمية الثقافية والمحافظة على البيئة الطبيعية، بحيث تعتبر هذه الأخيرة السبب الرئيسي للسياح لزيارتها والتمتع بمناظرها ومعرفة المجتمع الذي يختلف عن المجتمع الذي يعيش فيه السائح من حيث المعتقدات، القيم، العادات والتقاليد.

الفصل الرابع: دراسة تطبيقية فندق الأوراسي

نتطرق في هذا الفصل على أجراء دراسة تطبيقية من خلال ما تطرقنا عليه في الفصول الثلاثة على فندق الأوراسي باعتباره من أكبر الفنادق بالجزائر لدراسة وتقييم السياسة التسييرية المنتهجة من طرف الفندق مواكبة التطور الحاصل في المجال الفندقي والسياحي في ظل التفتح ودخول مؤسسات ذات سمعة عالمية.

1- تعريف الفندق:

يصنف فندق الأوراسي ضمن الفنادق ذات خمسة نجوم فتح أبوابه في 02 ماي 1975 والذي كان تحت إشراف مؤسسات عمومية، وفي إطار تطبيق الإصلاحات وإعادة الهيكلة للمؤسسات العمومية لسنة 1983.

في ظل الإصلاحات الاقتصادية التي باشرتها الجزائر بداية من سنة 1988 المتعلق بقانون المالية فقد تحولت مؤسسة الاوراسي من مؤسسة عمومية على مؤسسة ذات أسهم رأس مال اجتماعي يقدر بـ 40 مليون دينار مقسم على 3 شركات وهم:

- صناعة المساهمة للخدمات بنسبة 40 %
- صناعة المساهم للصناعة الأخرى نسبة 30 %
- صناعة المساهمة للبناء بنسبة 40 %.

بتطبيق التعليمة رقم 95 – 25 المتعلقة بتسيير رؤوس الأموال، فغن أسهم مؤسسة الأوراسي تحولت بنفس قيمتها على شريك واحد والمتمثل في الدولة*** العمومي للخدمات مع اتخاذ القرار برفع رأس المال الاجتماعي وذلك بدمج الأرباح وفروق إعادة التقويم ليصبح 1500 مليون دينار جزائري.

2- دراسة الهيكل التنظيمي للفندق:

الهيكل التنظيمي للفندق هو البناء الذي يحدد التركيب الداخلي للمنشأة فهو يبين التقسيمات والتنظيمات والأحداث الفرعية التي تقوم بمختلف الأعمال والأنشطة التي يتطلبها والهدف منها تحقيق أهداف الفندق، كما يوضح نوعية العلاقات بين مختلف أقسامها وخطوط السلطة وشبكات الاتصال بها.

إن التنظيم الهيكلي للفندق يبين مختلف الأقسام الرئيسية والفرعية التي تعمل فيما بينها بتوحيد الجهود من أجل بلوغ الأهداف.

3- نشـــاط الفنـــــدق الرئيســـي:

يقوم الفندق بتقديم خدمات رئيسية وأخرى ثانوية الهدف منها إشباع رغبات النزلاء بتوفير كل مستلزمات الراحة لهم.

ونتطرق على مختلف نشاطات الفندق كما يلي:

أ- **الإيواء:** يتكون الفندق من 455 غرفة بقدرة استعاب 755 سرير.

ب- **المطاعم:** يتوفر الفندق على 03 مطاعم بقدرة استعاب 1000 وجبة.

ج – قاعة الاجتماعات والمحاضرات تقدر بـ 08 قاعات مخصصة للاجتماعات والمحاضرات بالإضافة على قاعة الحفلات مجهزة.

د- **معدات الترفيه**: يتوفر الفندق على قاعات ومعدات الترفيه منها:

- مسبحين
- ملاعب للتنس
- قاعة رياضة وحمام.

هـ – خدمات أخرى من أجل راحة الزبائن فالفندق يتوفر على

- وكالات للسفر.
- وكالة للسياحة.
- كراء السيارات
- مركز أعمال.
- مركز بنكي.
- حظيرة للسيارات ذات قدرة استعاب 1000 سيارة.

4- دراسة مؤشرات التسيير:

1- هيكلة رقم الأعمال: إن الهدف من دراسة رقم الأعمال هو معرفة مكوناته ونسبة كل خدمة مقدمة من إيواء، إطعام، خدمات أخرى للفترة الممتدة من 1996 إلى 2000.

ونلاحظ من خلال المعطيات بأن ما يقارب معدل 50 % عن قيمة رقم الأعمال باعتبار أن الفندق يتوفر على 03 مطاعم، فيما يخص الإيواء فنسبة رقم الأعمال تعادل 45 % والباقي يتمثل في الخدمات الأخرى.

تطور نسبة استغلال الفندق ودرجة التردد عليه أي الفندق ويتوفر علىى 455 غرفة بقدرة استعاب يومي يقدر بت 755 سرير فغن القدرة الإنتاجية للسنة تقدر بـ 166075 فنسبة الاستغلال للفترة الممتدة بين 1994 على 2000 تتراوح بين 40 و 50 % من القدرة الإجمالية للفندق.

فيما يخ f نسبة التردد على المطاعم فهي تقارب نفس النسبة مع نسبة الاستغلال باعتبار أن الفندق يتوفر على 03 مطاعم بقدرة 1000 وجبة يوميا.

من خلال الطرح نستخل f أن نسبة الاستغلال الغرف ونسبة التردد على المطاعم عرفت تقدم نسبي مع ذلك فإمكان الفندق استغلال الأمثل للهياكل المتوفر عليها قصد تعظيم الأرباح.

1- نسبـــــة النحـــو لدعـــــم الأعمـــــال:

نلاحظ من خلال المعطيات المتوفرة لدينا أن نسبة النحو متقاربة من سنة على أخرى باستناد سنة 1997 التي عرفت انخفاض في دعم العمال ونسبة التردد مع ارتفاع نسبة التكاليف الإجمالية مع ذلك طرأ تحسن ملحوظ سنة 2000 بتحقيق معدل نمو يقدر بـ 237%.

2-نسبـــــة القيمـــــــة المضافـــــة:

إن نسبة القيمة المضافة مقارنة بحجم النشاط المشكل في رقم الأعمال خارج الضريبة نستنتج أن نسبة القيمة المضافة متقاربة من سنة إلى أخرى وهذا راجع علىى ضخامة التكاليف الثابتة والمتغيرة ورغم تراجع رقم الأعمال سنة 1999 إلا أن نسبة القيمة المضافة وصلت إلى 71 %.

3- نسبـــــــــة المصاريـــــع العامليـــــن:

تؤخذ هذه النسبة من تكلفة الحور على القيمة المضافة فقد عرفت نسبة 43 % سنة 1996 لتنخفض سنة 2000 إلى 29 % باستثناء سنة 1999 التي ارتفعت إلى حدود 26 % نتيجة عن انخفاض في رقم الأعمال..

4- نسبـــــــــة الهامـــــش الإجمالـــــــي:

تؤخذ هذه النسبة من رقم الأعمال خارج الضريبة من خلال النسب لفترة 1946 علىى سنة 2000 نلاحظ استقرار في نسبة الهامش الخام من سنة على أخرى وتتراوح في حدود 40%.

5- نسبة مصاريع العامليDz علĂ رقم الٌعمال:

من خلال المعطيات المتوفرة لدينا فقد رعفت مصاريف العاملين في انخفاض من 12 % سنة 1916 على 7% سنة 2000Ü فكلما ارتفع رقم الأعمال كانت نسبة مصاريف العاملين منخفضة.

8- نسبــــــة التحويــــــــــــل الذاتــــــــــي:

للفندق استقلالية باعتبار أن نسبة التحويل الذاتي للفندق تفوق 50% رغم انخفاضها من سنة 1996 التي كانت تقدر بـ 81% على سنة 2000 التي لم تتجاوز 57% رغم هذه المعطيات فإن الفندق الأوراسي استقلالية وفي مقدره تمويل بنفسه دور اللجوء على الاستدانة.

أ- **نسبة الاستثمار**:

تقوم مؤسسة الأوراسي بتخصيص سنوا حصة من رقم أعمالها لتجديد استثماراتها بهدف الحفاظ على القيمة المعنوية للفندق فقد تتراوح معدل نسبة الاستثمار في حدود 25% سنويا.

9- قـــــــدرا ا التسديـــــــــــد:

للفندق قدرات التسديد تتراوح في حدود 20% من مجموع الديوان مع ارتفاع محسوس سنة 2000 لتصل على 26% هذا ما يعطي للفندق راحة مالية.